

REVISTA AGRARIA MENSUAL DE LA PROVINCIA DE ALMERIA

FERIA DE COMERCIALIZACIÓN HORTOFRUTÍCOLA EN MADRID

La fuerza agrícola de Almería se exhibe en Fruit Attraction 2015

Más de cincuenta empresas de la provincia muestran su oferta agrícola a los principales clientes europeos aprovechando la cita de Madrid Págs. 11 a 88



Las empresas exportadoras almerienses quieren aprovechar la presencia de la gran distribución en la feria para cerrar contratos en la presente campaña.

DÉFICIT HÍDRICO

La escasez de agua de riego pone en peligro miles de cultivos Págs. 4 y 5

INFRAESTRUCTURAS

La finalización de la A-7 abre una nueva vía de negocio al sector almeriense en Granada Página 3

COMUNIDAD DE REGANTES

Juan Antonio Gutiérrez, nuevo presidente de Sol y Arena tras vencer a Juan Romero P.7

LOBBY BAJO PLÁSTICO

La integración de ECOHAL y COEXPHAL une casi al 100% el sector hortícola Pág. 6



Edificio Centrodulce C/. Salzillo, 9 - 3° C 04720 - Aguadulce (Almeria) Tel. 950 58 34 25 info@frioguerrero.com





Servicio de transporte de la máxima calidad y seguridad, para la satisfacción total de cada cliente

Opinión

as muestras de solidez crecimiento y garantía de futuro del campo almeriense son constantes, incomo la que estamos viviendo aún en toda Europa.

Fruit Attaction 2015 va a ser otra demostración de la importancia del sector agrario almeriense, no solo para España, sino para el resto de Europa. Más de cincuenta empresas de Almería han confirmado su presencia en la edición de este año, aumentando así el número de entidades representadas respecto del año pasado en la mayor feria hortofrutícola de España y siendo la provincia que más empresas aporta.

El poder político, en general, debería de tomar nota y ayudar a un sector que viene demostrando desde hace mucho tiempo que devuelve con creces todo lo que se invierte en él.

La creación de puestos de trabajo es constante y no solo de manipuladoras y carretilleros, hay otros empleos que son muy destacados y, por su responsabilidad dentro del entramado de la empresa, están altamente remunerados.

Las subvenciones permiten a las empresas crecer y, por lo tanto, aportar más a las arcas públicas a través de los impuestos que generan.

Almería es un puro negocio de exportaciones al por mayor, dicho con palabras en tono alto y escritas con un cuerpo de letra amplio para que se vea bien. La ayuda que esto supone a la balanza comercial nacional es espectacular, en el caso de Andalucía, es definitiva.

Podría enumerar muchos ejemplos de cómo influye el sector agrario almeriense en la economía regional y nacional. Es por ello que

¿Qué más necesita la Administración cluso en periodos convulsos como para reconocer la importancia del una crisis económica y financiera para reconocer la importancia del sector agrícola de Almería en la economía de España?

> ■ Iosé Antonio **GUTIÉRREZ ESCOBAR**



La creación de puestos de trabajo es constante y no solo de manipuladoras y carretilleros, hay otros empleos que son muy destacados y, por su responsabilidad dentro del entramado de la empresa, están altamente remunerados.

desde las altas instituciones deberían plantearse dar un mayor protagonismo a los políticos locales, que conocen bien la realidad de este sistema productivo, y dejar para otras provincias la imposición de diputados llegados de otros lugares donde el producto agrario más importante es la aceituna, el vino o incluso la cebada.

El tren de mercancías es muy necesario, el transporte marítimo de hortalizas daría un impulso muy importante a este sector, un aeropuerto de gran carga para contenedores de perecederos sería un cambio radical en la venta de los productos frescos que se cultivan en esta tierra. Cualquier inversión que se haga en este sentido se va a pagar con creces, es necesario acometerla, pero para ello hacen faltan responsables políticos decididos, comprometidos y conocedores sobre el terreno de todo aquello que se puede cambiar para seguir evolucionando.

¿No es una vergüenza que Almería haya completado en 2015 sus salidas por carretera después de llevar 65 años enviando a toda Europa hortalizas en camiones de gran tonelaje? Sí, no hay otra respuesta posible, es una verdadera vergüenza. Es necesario que los responsables administrativos tomen nota, se apliquen y vean en las infraestructuras de Almería, en su investigación, en su formación universitaria, en sus empresas, las enormes posibilidades de hacer crecer la economía es-

Invertir en Almería es muy rentable, no es dinero perdido, y si ese capital se destina al sector agrario, mucho más. Esta provincia está cargada de autónomos que se juegan a diario su dinero y su futuro y, por ello, su esfuerzo es constante y muy preciso. La gran mayoría se ha con-

vertido en pequeños empresarios y sus datos económicos son la envidia de otros sectores. Esta gente necesita apoyo porque por su carácter no se van a parar, si no paran ellos, el sector no puede frenar y la horticultura de Almería será un empuje constante a la economía general, a la de todos. Los que puedan asistir a Fruit Attraction busquen las empresas de Almería y disfruten del espectáculo de color que son sus stands gracias a las hortalizas frescas que durante tres días van a exponer en la cita madrileña.



EDITA: Comunicación e Información Agraria, S.L. Paseo de Santa María del Águila, 58 - 2º E 04710 SANTA MARIA DEL ÁGUILA - EL EJIDO (Almería). REDACCIÓN: Isabel Fernández González, Elena Sánchez García y Rafael Villegas Alarcón.

TELÉFONOS: 950 57 13 46 y 628 08 02 60. $\pmb{EMAIL: \underline{fhalmeria@fhalmeria.com} - \underline{redactor1@fhalmeria.com} - \underline{redactor1@fhalmeria.com}} - \underline{redactor1@fhalmeria.com} - \underline{redactor1.com} - \underline{r$ dactor2@fhalmeria.com - redactor3@fhalmeria.com FOTOGRAFÍA: Archivo CIA, S.L.

DEPARTAMENTO COMERCIAL Y PUBLICIDAD:

TELÉFONOS: 950 57 13 46 y 679 464 490. Fax: 950 57 21 46.

 $PORTAL\ WEB: \underline{www.fhalmeria.com} - \underline{www.fhalmeria.es}$

rime: Corporación Gráfica Penibética Dép. Legal: AL-2839-2007







Actualidad

INFRAESTRUCTURAS

La A-7 concluida abre nuevas vías de negocio al sector almeriense en Granada

El transporte tiene una nueva ruta hacia el centro y oeste, y quedan unidas por autovía las zonas hortofrutícolas de Granada y de Almería

Rafa Villegas

La finalización, el pasado 7 de cotubre, del último tramo de la Autovía del Mediterráneo (A-7) entre Almería y Málaga, por la Costa Tropical, abre un abanico de oportunidades para el sector hortofrutícola del sur.

Al respecto, el gerente de ECO-HAL Andalucía, Alfonso Zamora, ha asegurado que la inauguración de esta infraestructura viaria es "muy importante, pero más que pensando en la exportación, pensando en los innumerables portes diarios de mercancías que van desde Almería a la Costa Tropical granadina, y viceversa".



■ El presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, fue el encargado de inaugurar el último tramo de la A-7, el 7 de octubre. /FHALMERÍA

Zamora ha recordado que, "desde hace ya bastantes años, es muy habitual que las grandes empresas almerienses tengan puntos de recogida de mercancía y almacenes a lo largo de la costa granadina, a

la búsqueda, principalmente, de pepino". Zamora ha concretado que "La Unión, Costa de Almería o Agroponiente llevan muchos años ubicados en distintas localizaciones de la Costa Tropical".

Del mismo modo, el gerente de ECOHAL-Andalucía ha asegurado que, "en los últimos años, se está produciendo también el mismo movimiento, pero al contrario, empresas granadinas que se implantan en el Poniente almeriense, fundamentalmente en busca de pepino".

Por todo ello, Zamora ha explicado que "cada campaña, el transporte Almería-Costa de Granada está siendo más intenso, por lo que cualquier mejora en esta autovía conlleva menos tiempo y menos coste para los distintos operadores".

El presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, ha valorado también muy positivamente la finalización de la A-7 y ha coincidido con Zamora en la importancia de tener "comunicadas las zonas hortícolas de Granada y de Almería, que deben trabajar conjuntamente". Vargas ha destacado también la nueva ruta que se abre para el transporte de hortalizas por carretera "hacia Portugal y el centro, norte y oeste de España, lo que va a dejar menos saturada a la ruta del Mediterráneo". Además, Vargas valora que "ahora estamos a menos de dos horas del Aeropuerto Internacional de Málaga, las empresas pueden, a un precio asequible, visitar a sus clientes, incluso, en caso de reclamación, estar en el destino en unas horas, lo que va a acabar con muchas pillerías".



DÉFICIT HÍDRICO



El pantano de Benínar apenas cuenta con 3,9 hectómetros cúbicos de agua embalsada, de ahí que apenas lleguen recursos al Poniente. /FHALMERIA

La escasez de agua de riego pone en peligro miles de hectáreas de cultivo en Almería

Según FERAL, la puesta en marcha el lunes, 26 de octubre, de la desaladora del Campo de Dalías "no nos soluciona nada"

Isabel Fernández

a escasez no sólo de lluvias, ✓sino de recursos para el regadío en la provincia de Almería están poniendo en peligro miles de hectáreas de cultivo y, lo que es peor aún, en un momento en el que las producciones están comenzando a ser cada vez más importantes. Sólo en el caso del Poniente provincial, y según denunció la Federación de Regantes de Almería (FERAL), en rueda de prensa, la situación se ha visto agravada en los últimos meses por la práctica desaparición del agua procedente del embalse de Benínar que, hoy por hoy, cuenta con apenas 3,9 hectómetros cúbicos de agua embalsada, debido a la escasez de precipitaciones -apenas 34 milímetros desde que comenzara el año hidrológico, el pasado 1 de octubre-. Quienes peor lo están pasando son los regantes de las comunidades Sol Poniente y Sol y Arena, principales receptores del agua de Benínar.

En este sentido, Manuel García Quero, presidente de la Comunidad de Regantes Sol Poniente y, a su vez, de la Junta Central de Usuarios del Acuífero del Poniente Almeriense (JCUAPA), afirmó en declaraciones a FHAL-MERÍA, que, si bien "no hemos tenido problemas de desabastecimiento total", en ocasiones, "por falta de presión, sí hemos tenido alguna falta puntual de caudal". En su caso, el agua de Benínar es fundamental para, mezclada con el agua de los pozos, reducir la alta conductividad del líquido elemento. Sin embargo, hoy por hoy, "el agua de Benínar nos llega en muy pequeñas cantidades".

Las continuas extracciones del acuífero del Poniente están provocando la intrusión de agua marina, de ahí que, incluso el propio acuífero se esté salinizando y, por tanto, la mezcla con el agua del pantano sea esencial. Es más, según afirmó García Quero, "en las zonas más bajas de nuestra comunidad, las que se encuentran al sur de la autovía A-7, las aguas están más salinizadas" y añadió que, de hecho, "estamos crecien-

do a un ritmo de 0,5 gramos anuales". Para el presidente de Sol Poniente, la situación se resume en que "el acuífero no resiste más, ya no puede mantener 20.000 hectáreas de invernadero y a una población de 600.000 habitantes". Pero, si el acuífero "no aguanta", a los regantes de la zona no le quedan muchas más alternativas.

La desaladora del Campo de Dalías echó a andar justo el lunes, 26 de octubre, pero según afirmó José Antonio Fernández, presidente de FERAL, "se ha puesto en marcha con muy poca producción, entre 5.000 y 8.000 metros cúbicos diarios", una cantidad que "a nosotros no nos va a solucionar nada, aunque supone una esperanza para que, en cuanto haya más electricidad, se produzca más agua". Y es que, según explicó, si estaba previsto que la desaladora funcionase al 100% en enero, "ya le digo yo que no", afirmó y argumentó que, tras numerosas conversaciones con todas las partes implicadas, "estamos presionando, pero realmente no sabemos la situación en la que se encuentra la subestación de Berja", que es la que debería suministrar electricidad a la desaladora.

En cualquier caso, el presidente

de FERAL insistió en que, incluso cuando la desaladora esté a pleno rendimiento, los regantes continuarán necesitando agua, ya que "sólo tenemos reservados 7,5 hectómetros cúbicos de los 30 que producirá", una cantidad que no les va a permitir cubrir sus necesidades de riego. Por ello, piden que esta concesión se aumente hasta los 20 hectómetros.

POSIBLES SOLUCIONES

La solución a la escasez de agua para riego que padece el Poniente pasa, en cualquier caso, no sólo por la puesta en marcha de la desala-

Los regantes critican el "agravio comparativo" con Murcia

El uso del agua desalada para riego es una de las soluciones que también esgrimen los regantes para poner punto final al déficit hídrico de la provincia, sin embargo, a nadie se le escapa el alto precio de este tipo de agua. Precisamente por ello, la Federación de Regantes de Almería (FERAL) criticó en rueda de prensa el "agravio comparativo" en-

tre regantes murcianos y almeriense hecho por el Gobierno central, que incluyó la desaladora de Mazarrón en la rebaja del precio del agua desalada que se aprobó a mediados de mes para garantizar el suministro de los usuarios del trasvase Tajo-Segura. Para ello, el Gobierno esgrimió que el objetivo era compensar a estos regantes por

la ausencia de aportes procedentes del trasvase y ante la situación de sequía.

Por ello, el presidente de FE-RAL, José Antonio Fernández, exigió al Gobierno que "autorice urgentemente una rebaja del precio del agua desalada en las plantas de Carboneras y Balerma, de modo que se elimine un agravio comparativo que no hace más que lastrar de forma injustificada los ya insoportables costes de producción del sector agrícola provincial".

DÉFICIT HÍDRICO



La Federación de Regantes de Almería (FERAL) denunció en rueda de prensa la difícil situación en la que se encuentra el sector hortícola ante la falta de lluvias. /FHALMERIA

dora del Campo de Dalías, sino también por la reducción del consumo de Almería capital y que procede de los Pozos de Bernal. En esta línea, el presidente de ASAJA Almería, Francisco Vargas, recordó recientemente que el agua de estos pozos fue concedida a la capital a cambio de las dotaciones del pantano de Benínar, ya que las conducciones no estaban hechas y Almería no podía beneficiarse de esta agua, cosa que así podía hacer la JCUAPA. "En estos momentos, del pantano no se puede extraer agua y no se debe seguir extrayendo agua de estos pozos porque los metros cúbicos extraídos están muy por encima de la concesión que en su día tuviera la ciudad de Almería", explicó Vargas, quien añadió que desde su organización agraria han solicitado a los alcaldes del Poniente que se frenen estas extracciones. "Almería cuenta con una desaladora en desuso y la de Dalías podría funcionar con un módulo, ya que se ha demostrado durante las pruebas realizadas que podría dar servicio a los municipios del Poniente", afirmó.

Sobre esas posibles soluciones también quiso dar su opinión Francisco Góngora, alcalde de El Ejido, si cabe el municipio más afectado, ya que es el que concentra un mayor número de hectáreas de cultivo. Para Góngora, y según explicó en decla-

raciones a FHALMERÍA, la solución al déficit hídrico de la zona pasa por la utilización de aguas regeneradas pero, para ello, "tenemos que mejorar las infraestructuras de depuración, aumentando su capacidad, y tenemos que hacer que no sean tan complicadas la tramitación y la burocracia para poder reutilizar esa agua depurada". Junto a esto, el regidor ejidense se refirió al aprovechamiento del agua de la Balsa del Sapo, así como de las cañadas de Onáyar y de Ugíjar, "donde aflora el agua y sube el nivel". Llegado a este punto, insistió en que tanto el Gobierno central como la Junta de Andalucía "tienen que hacer su trabajo, la Junta manteniendo los niveles y el Gobierno acometiendo las infraestructuras que son necesarias para evitar avenidas".

Por otro lado, Francisco Góngora, coincidiendo con Andrés Góngora, secretario provincial de COAG Almería, se refirió a la Presa de Rules, que cuenta con una masa importante de agua que "se están desaguando al mar". "Es una pena, porque es una infraestructura muy importante y creo que habría que articular con toda la zona de la vega de Motril para que ellos tengan las infraestructuras de riego necesarias y el agua que sea excendente se pueda trasladar al Poniente". Por último, apeló a la recuperación del trasvase del Ebro que, en su proyecto inicial, contemplaba 98 hectómetros "que venían al Poniente" y, recogiendo el guante lanzado por ASAJA Almería, comentó que "en la capital tendrán que poner la desaladora a funcionar al cien por cien para dejar de extraer un volumen de agua significativo del Poniente".

Sobre la desaladora de Almería se pronunció también Tomás Elorrieta, concejal y portavoz del Grupo Socialista en el Ayuntamiento de El Ejido. Para Elorrieta, no es de recibo que, mientras la desaladora de la capital "funciona al 20%", se siga extrayendo agua de los Pozos de Bernal. "Al alcalde de Almería le sale más barato usar el agua del Poniente", criticó y añadió que "habría que dejar de extraer agua para los grifos de Almería".

Pero mientras todas estas soluciones, alguna de ellas o, simplemente, ninguna se ponen en marcha, lo cierto es que la situación en el Poniente almeriense no es nada fácil y los agricultores temen quedarse sin agua de riego en lo que resta de campa-

ALARMAS

A mediados del mes de octubre, la avería en dos motores de la Comunidad de Regantes Sol Poniente, que mantuvo a los agricultores varios días sin poder regar, dependiendo de la zona, hizo saltar todas las alarmas. "Fueron sólo tres días, pero fueron realmente críticos", apuntó Manuel García Quero, quien recordó que, una vez reparados los motores y cuando el agua pudo llegar por fin a las zonas más altas de la comunidad, "pudimos comenzar a regar con normalidad". En esos días, hubo agricultores que tuvieron que comprar cubas de agua para atender las necesidades de sus cultivos; sin embargo, y por suerte, la situación se logró normalizar. La situación de "histeria", tal y como la calificó García Quero, que vivieron sus agricultores durante aquellos días es fácilmente extrapolable a lo que podría ocurrir en el caso de que el agua de riego tuviera que ser racionada en el Poniente.

Y es que la situación no es nada halagüeña. Según Andrés Góngora, secretario provincial de COAG Almería, "miles de hectáreas pueden perder sus cultivos por la falta de riego" y, hoy por hoy, "el pantano de Benínar no tiene agua ni capacidad para embalsar, la ausencia de lluvia, el agotamiento de los pozos y su salinización o la desaladora del Campo de Dalías, que sigue sin funcionar a pleno rendimiento", no hacen más que seguir tiñendo de negro el panorama.

Por todo ello, COAG Almería ha solicitado al delegado territorial de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio, Antonio Martínez, que convoque a los Comités de Gestión de Agua para tratar de forma urgente las deficiencias hídricas que están padeciendo los productores almerienses, una situación que "está poniendo en jaque la viabilidad de los cultivos hortícolas".

Insisten en la existencia de avionetas anti lluvia en el Levante

Los regantes del Levante provincial lo tienen clarísimo: las avionetas anti lluvia existen y están poniendo en entredicho la viabilidad de sus cultivos, mayoritariamente almendro y cereal. Así lo afirmó Pepe Alonso, secreta-

estas avionetas. "Yo he visto con mis propios ojos cómo había una nube muy grande, para llover, y cómo, de golpe y porrazo, llegó una de estas avionetas, entró y salió de la nube en varias ocasiones y la disipó", recordó y añario de la Comunidad de Regan- dió que, tres días después de eso, rias de la Región de Murcia (FEtes de Huércal Overa, quien in- "con una nube igual y sin avio- COAM) denunció ante la Fiscasistió en que "se está secando" neta cayeron 80 litros". Estas lía la existencia de estas avionetodo" y apeló a la existencia de avionetas, supuestamente, vier- tas.

ten entre las nubes yoduro de plata, un químico, según los expertos, cancerígeno. Alonso apeló a la unión de comercializadoras y organizaciones agrarias para poner fin a esta situación, de la que, sin embargo, dijo no poder explicar a quién le puede interesar que no llueva en el Levante.

El pasado mes de marzo, la Federación de Cooperativas Agri-

- Lideres peninsulares en 30 AÑOS A SU SERVICIO fabricación de semilleros www.polisur.es Más de 140 modelos diferentes para todos los cultivos
 - Finca Las Majarillas. Ctra. N-344 Km. 2,95 214440 LEPE (Huelva) Tel. +34 959 38 02 24 - Móv. +34 636 037 723

SUBEN LAS AYUDAS PREVISTAS

El Presupuesto de la Junta para agricultura baja un 0,5 por ciento respecto a 2015

El Partido Popular denuncia un recorte de 84 millones de euros en el Presupuesto andaluz para el sector agrario y pesquero desde el año 2013

Rafa Villegas

a consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Carmen Ortiz, ha defendido en la comisión parlamentaria del ramo el Presupuesto con el que va a contar su departamento durante el próximo año 2016. En su conjunto, las cuentas son un 0,5 por ciento inferiores a las estipuladas para 2015. Lo cierto es que en esta disminución han tenido mucho que ver dos factores, por un lado la reducción de la asignación de fondos de desarrollo rural comunitarios, concretamente en un



La consejera de Agricultura, Carmen Ortiz.

10 por ciento, así que, por otro,

un recorte del Ministerio en la

rio y pesquero del 0,5 por ciento, la Junta de Andalucía ha aumentado la financiación autonómica para esta Consejería en un 15,7 por ciento, como ha explicado

Un capítulo a destacar de las cuentas es el del apoyo económico a agricultores y ganaderos, que asciende a 287,8 millones de euros, 180,2 millones más que en el Presupuesto de 2015.

La Parlamentaria andaluza del PP de Almería, Carmen Crespo.

2016, entre fondos de la Junta, ayudas directas de la PAC y Fondos FEDER, estos últimos comunitarios.

Ortiz ha adelantado que destinarán casi 43 millones de euros a mejora de caminos rurales y regadíos, 37,7 millones a modernización de explotaciones agra-

En total, la Consejería contará

con 2.311 millones de euros en

fhalmería - Octubre 2015

Ortiz ha adelantado que destinarán casi 43 millones de euros a mejora de caminos rurales y regadíos, 37,7 millones a modernización de explotaciones agrarias, 26,2 en ayudas a la incorporación de jóvenes agricultores y ganaderos a la actividad agraria, así como 2,4 millones de euros para la red de laboratorios agroalimentarios y pesqueros. Además, la Consejería tiene previsto destinar 63,4 millones de euros para ayudas agroambientales, 40 a la producción ecológica, cinco millones en ayudas a la contratación de seguros agrícolas y 52,3 para innovación, investigación y transferencia tecnológica.

La parlamentaria andaluza del PP de Almería, Carmen Crespo, ha lamentado que, desde 2013, el recorte de la Junta para el sector ha sido de "84 millones de euros". Crespo lamenta que se está "a merced solo de los fondos europeos".

o que ver dos factores, por un tasa de cofinanciación, del 50 al lo la reducción de la asignación 30 por ciento.

Así, pese al recorte del Presu-

Así, pese al recorte del Presupuesto total para el sector agra-

LOBBY DE LA AGRICULTURA BAJO PLÁSTICO

La integración de COEXPHAL y ECOHAL unirá a casi el 100% de la producción y comercialización

Con este acuerdo, el sector agrícola bajo plástico de las provincias de Granada y Almería va a ganar peso frente a la Gran Distribución

R. V. A.

La producción y la comercialización de frutas y hortalizas procedentes de cultivos bajo plástico han dado un paso decisivo para ganar peso frente a las grandes cadenas de distribución y los centros políticos de poder de Sevilla, Madrid y Bruselas. La firma del acuerdo de integración entre COEXPHAL y ECO-HAL es un hito para este sector, máxime cuando, durante años, ambas organizaciones habían protagonizado más desencuentros que encuentros.

El acto de la firma del acuerdo de integración estuvo presidido por la consejera de Agri-



■ Junto a la consejera, los presidentes de COEXPHAL y ECOHAL.

cultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Carmen Ortiz. En el evento estuvieron presentes, como no podía ser de otra manera, el presidente, el vicepresidente y el ya exgerente de COEXPHAL, Manuel Galdeano, Francisco Martín y Juan Colomina, respectivamente. Mientras que por parte de ECO-

cultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Carmen Ortiz. En el evento estuvieron presentes, como no podía ser Juan Enrique Vargas, y su gerente, Alfonso Zamora.

Cabe destacar que entre ambas organizaciones logran una producción de 3,5 millones de toneladas de frutas y hortalizas, más de 2.400 millones de euros de volumen de negocio, suman

un total de 40.800 hectáreas, producidas por 24.500 agricultores, que dan trabajo a 60.000 personas.

Respecto el acuerdo de integración, el presidente de ECO-HAL ha asegurado que "siento y percibo que es un momento histórico, ha llevado años de discusiones, de personalismos, de diferencias... pero todo en la vida comienza en un punto y creo que este punto es el acto de hoy, tengo muchas esperanzas puestas en que esto lime diferencias e iguale la situación ante la Administración de muchísimos agricultores, porque esa es la realidad que se genere un agravio comparativo entre unos agricultores y otros, y yo creo que todos tienen el mismo derecho". Muñoz ha añadido que "puede ser éste el punto de partida para que se consiga esto y la presencia de la consejera le otorga valía y representatividad al acto y nos ha encantado escucharla decir que está por la labor y con nosotros".

Manuel Galdeano, por su parte, como presidente de COEX-PHAL, ha asegurado que, con la firma de este acuerdo, "se da un paso importante que va a permitir que todas las empresas del sector almeriense y granadino trabajen en la misma dirección, defendiendo los mismos intereses"

La consejera ha valorado que "la fusión de COEXPHAL y ECOHAL tiene unas cifras impresionantes, casi el cien por cien de agricultores de Almería y Granada integrados y un volumen de producción de 3,5 millones de toneladas". Ortiz ha destacado el peso que van a ganar ambas organizaciones unidas frente a la Distribución y que va a permitir "abordar nuevas cuestiones en cuanto a innovación y a modernización".

Actualidad fhalmería - Octubre 2015

DESDE EL PASADO 2 DE OCTUBRE

Juan Antonio Gutiérrez, nuevo presidente de Sol y Arena, tras vencer a Juan Romero en las elecciones

El resultado fue de 2.099 votos para Gutiérrez, frente a los 1.587 que fueron a favor de Romero, hasta ahora dirigente de la Comunidad

Elena Sánchez

El pasado viernes, 2 de octubre, la Comunidad de Regantes Sol y Arena celebró elecciones en las que se eligió a Juan Antonio Gutiérrez como nuevo presidente. La jornada electoral se llevó a cabo en cuatro términos municipales del Poniente, como son El Ejido, La Mojonera, Roquetas y Vícar.

Desde un principio se esperaba que la disputa por la presidencia estuviera más igualada, sin embargo, el resultado final fue de 2.099 votos para Juan Antonio Gutiérrez, frente a los 1.587 votos que fueron a favor de Romero, hasta ahora, dirigente de la comunidad durante los últimos ocho años. Estas cifras demuestran que la participación fue mucho mayor en comparación con hace cinco años, cuando, según Juan Anto-



■ Juan Antonio Gutiérrez, nuevo presidente de Sol y Arena. /FHALMERÍA

unas 80 personas que participaron, este año han sido más de 1.000 comuneros los que han votado, ya que la gente tenía ganas de que la situación cambiara en la comunidad".

Según ha comentado Juan Antonio Gutiérrez a FHALMERIA, "para mí, este cargo supone un gran reto, ya que lo que queremos es intentar normalizar la situación de la comunidad, ya que lleva años sin propuestas, sin presupuestos

nio Gutiérrez, "hubo solamente y no tenemos información de nada, por lo que creemos que los comuneros son los primeros que tienen que saber qué pasa en la comunidad y ellos son los que tienen que tomar las decisiones".

> Igualmente, para Juan Antonio Gutiérrez, lo primero y más urgente "de lo que tenemos que ocuparnos es de que todos los comuneros tengan un buen servicio de agua, es decir, que todas nuestras fincas cuenten con agua para poder regar".

EN LA CONFEDERACIÓN NACIONAL

Mayoristas de frutas y hortalizas de España se unen ante la Ley de Mejora de la Cadena Alimentaria

Empresarios Mayoristas, pro-cedentes de los 23 Mercados Centrales de Frutas de la red Mercasa en toda España se van a reunir el 27 de octubre, en Madrid, para "reavivar" la Confederación Nacional de Mayoristas de Frutas y Hortalizas (COEMFE), inactiva durante 15 años. "Vamos a unir nuestras fuerzas para conseguir una adaptación de la Ley de Mejora de la Cadena Alimentaria asimétrica y claramente perjudicial para los mayoristas y para el comercio tradicional. Es necesario detener las sanciones contra nuestros empresarios", tal y como manifiestan Andrés Suárez y Jaume Flores, representantes de las asociaciones de mayoristas de Mercamadrid, Asomafrut, y Mercabarna, AGEM, Ambas asociaciones representan el 50% del sector mayorista de frutas y hortalizas de la red Mercasa y son las principales impulsoras de la recuperación de COEMFE.

Los mayoristas celebrarán la Asamblea General Extraordinaria para elegir su nueva Junta Directiva y el I Congreso de CO-EMFE, centrado en el análisis de

la situación actual de los mercados y el impacto de la Ley de Mejora de la Cadena Alimentaria. La Ley de Mejora de la Cadena Alimentaria obliga, mediante un severo régimen sancionador, al pago a 30 días a los proveedores, "unos plazos que no se ajustan a la realidad de nuestros cobros", explican. "No queremos incumplir la Ley, pero pedimos un trato justo ante otros eslabones de la cadena alimentaria como cooperativas y canal Horeca exentos de esta exigencia". Los mayoristas de frutas y hortalizas suponen un 40% de la distribución en España de estos productos, sin embargo, desde el pasado julio acumulan cerca del 70% de los expedientes sancionadores incoados por la Agencia de Información de la Cadena Alimentaria (AICA). Los empresarios empezaron a recibir en julio las primeras sanciones de "oficio". "Esto nos indigna, porque consideramos que el tiempo de adaptación y la información suministrada han sido insuficientes. El canal mayorista de los mercas no es el causante de la problemática existente en la cadena, sin embargo los esfuerzos inspectores se han centrado en este canal".



UNA EMPRESA FAMILIAR DESDE 1880

Semillas Fitó, una apuesta por las semillas de calidad desde el laboratorio al campo

La empresa destina el 25% de su facturación a I+D, una cifra "por encima de la media del sector" y que le ha permitido incrementar sus exportaciones

■ Isabel Fernández

S emillas Fitó lleva produciendo y comercializando semillas desde 1880 y, en todo este tiempo, si bien han cambiado los procesos y las tecnologías, la seña de identidad de esta empresa familiar sigue siendo la misma: la calidad. El objetivo no es otro que ofrecer al agricultor una semilla que le sea rentable y que, además, cumpla con las exigencias de su comercializadora y de la gran distribución, esta última cada vez con más influencia en toda la cadena. Para alcanzar esta meta, la inversión en investigación es fundamental y, de hecho, según afirmó Israel Roca, jefe de Ventas para Europa de Semillas Fitó, durante una visita a la sede de la empresa, "destinamos el 25% de nuestra facturación a investigación, una cifra que está por encima de la media del sector".

Semillas Fitó cuenta con cuatro centros de I+D en El Ejido, Turquía, México y Cabrera de Mar. En este último, según explicó Germán Anastasio, responsable de Programas de Mejora, "tenemos programas de mejora de distintas especies, además de otra parte de apoyo a la mejora y de investigación propiamente dicha". Y es que obtener una variedad no es tarea fácil. "En el mejor de los casos, estamos hablando de ocho años, si vamos muy rápido", apuntó y comentó que, precisamente por ello, "el principal problema de la mejora genética es que es lenta". En cualquier caso, en los últimos años, la introducción de determinadas tecnologías ha venido a facilitar, en parte, el proceso y con ello a mejorar la "competitividad" de las empresas. Aún así, Anastasio apuntó que, anualmente, en Semillas Fitó, "registramos en torno a cuatro variedades frente a las 1.000 hibridaciones que hacemos por especie" y, desde ahí, "se trabaja para que alguna sea comer-

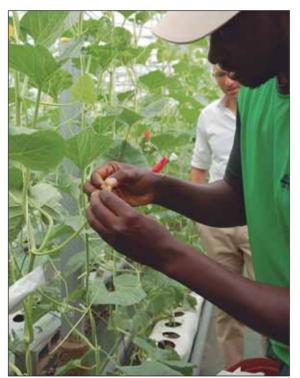


■ Xavier Fitó, director de la División de Hortícolas de Semillas Fitó. /I. F. G.



fhalmería - Octubre 2015

■ Israel Roca, jefe de Ventas para Europa de Semillas Fitó. /I. F. G.



La hibridación se realiza de forma manual. /I. F. G.



■ En las cámaras simulan las condiciones reales del semillero. /L.F. G.

Ese proceso de hibridación, por su parte, se lleva a cabo en el Centro de Producción con el que cuenta Semillas Fitó en Sant Andreu y donde, anualmente, "hacemos en torno a 500 cruces de variedades precomerciales", según comentó Víctor Sancho, director de Producción de Semillas Fitó. En total, en Cataluña, la empresa cuenta con 12 hectáreas de producción de semillas en invernadero y otras 4 al aire libre en las que producen semillas durante 10 de los 12 meses del año con el objetivo de "tener

un stock de unos 2 años de las variedades del momento". Durante el proceso de producción se controla todo, desde la propia hibridación hasta el secado de la semilla, pasando por su obtención, lavado, prelimpiado...

Una vez obtenidas las semillas, éstas pasan a la sede central de la empresa, ubicada en pleno casco urbano de Barcelona y donde las testan antes del envasado con el objetivo de "no tener problemas de ningún tipo", según apuntó Ramón Guasch, jefe de Operaciones de Se-

millas Fitó. Para ello, en sus varias cámaras de germinación, simulan las condiciones de cultivo de las distintas semillas pero "no intentamos favorecerlas, sino que las estresamos para que, cuando lleguen a su destino, puedan responder". Ese proceso de testado de semillas es tan exigente que, anualmente, "tiramos el 20% de nuestra producción", que se sitúa en 30.000 kilos de semillas, o lo que es lo mismo, unos 1.600 millones de semillas. Entre ese 20% que acaba en la basura se encuentran "las semillas

que no son uniformes, que no germinan, que pesan menos, es decir, que no cumplen con nuestro estándar de calidad".

Tras el proceso de envasado, el siguiente paso, su conservación, "es importantísimo" y, de hecho, "en todas las instalaciones de Semillas Fitó de todo el mundo, las semillas están a 15°C y a un 30% de humedad" y, una vez envasadas, se conservan también a 15°C. Al final, todo el proceso tiene un único objetivo, garantizar la calidad de la semilla.

SEMILLAS FITÓ EN CIFRAS

Semillas Fitó factura anualmente, según afirmó Xavier Fitó, director de la División de Hortícolas de Semillas Fitó, 80 millones de euros, de los que, en torno al 60% proceden de la exportación. En concreto, desde al año 2008, la empresa ha logrado casi duplicar sus ventas al exterior, que entonces representaban en torno al 32%.

Según Fitó, fue, precisamente, su apuesta por la internacionalización de su investigación en el año 1995 el punto de inflexión en el devenir de la empresa, que hoy por hoy considera el español un mercado "constante", mientras que sigue creciendo en destinos como Turquía, fundamentalmente en berenjena y melón, en México, con el pepino holandés y el tipo slicer, o en Brasil, con el tomate y el melón.

TRANQUILIDAD PARA EL AGRICULTOR

Semilleros Laimund ofrece un injerto "único" fruto de sus más de 30 años de experiencia

Rafa Villega

S emilleros Laimund lleva más de treinta años innovando para ofrecerle siempre al agricultor las mejores plantas. El injerto es, sin duda, una de sus especialidades. El sistema de cámaras con el que cuentan, como ha explicado Guillermo Murcia, ingeniero técnico agrícola responsable de la Delegación de la empresa en San Isidro, "no tiene nada que ver con el de los demás". Además, Murcia ha destacado que "todas las plantas injertadas tienen la misma inclinación y un corte perfecto. Utilizamos unas matrices, no unas cuchillas para cortar a ojo. Lo hacemos siempre por debajo del cotiledón con planta de 1,6 milímetros de diámetro". La utilización de pinzas de silicona, menos agresivas con la planta, y de un cepellón que no se rompe son también importantes para el resultado final del

En sus instalaciones de San Isidro, en Níjar, se han especializado en injerto de tomate, mientras que en las de El Ejido producen del resto de hortalizas que se cultivan en la provincia, además de Con un personal muy especializado, la empresa ofrece los principales productos hortícolas que se cultivan en Almería, además de melón, sandía y plantas ornamentales -poinsetia y dipladenia- desde sus instalaciones de El Ejido y San Isidro



■ Guillermo Murcia y María del Mar Calatrava, de Atención al Cliente. /R.V.A.

melón y sandía. Todo ello tanto en ecológico como en convencional. A ello hay que sumar la apuesta de Laimund por la plantaornamental, centrada, sobre todo, en la tradicional poinsetia y en las dipladenias.

El personal cualificado, su servicio de asesoramiento, la personalización de cada pedido y su excepcional reparto son características que aprecia mucho el agricultor de Semilleros Laimund. A

ello hay que sumar la última tecnología en sus invernaderos multitúnel, calefacción, pantallas de sombreo, nebulización o carros de riego automatizado. Además cuidan hasta el último detalle, como tener todas las balsas bajo el semillero, cubiertas, por lo que están exentas de patógenos.

Semilleros Laimund se prepara estos días para afrontar los pedidos de cara a la próxima campaña de primavera.



■ Tomate en la Delegación de San Isidro de Semilleros Laimund. /R.V.A



Carro de riego automatizado de Semilleros Laimund en San Isidro. /R.V.A.



El envase de madera, una opción con pasado, presente y futuro en Almería

La madera ha sido, es y será un factor a favor del desarrollo del sector hortofrutícola en el Poniente almeriense

Elena Sánchez

El origen de la importancia del envase de madera en Almería se inicia con la barrilería con la que se exportaba la uva de mesa en barco. Aquella industria artesanal supuso una pieza clave en la revolución exportadora almeriense en el siglo XIX, que posteriormente los sustituyó por la caja de madera, más económica, rápida de producir y versátil para todo tipo de transporte.

Desde los años 60 hasta la actualidad, el envase de madera, fabricado por diversas industrias familiares de capital almeriense en Vícar, El Ejido, Adra, Las Norias, etc., también ha contribuido y contribuye, en mayor o menor medida, al proceso de desarrollo hortofrutícola en el Poniente, al igual que otros materiales, tanto en la producción como en la comercialización.

Esto es porque las ventajas de la madera le convierten, sin duda, en una buena opción frente a cartón y plástico, aunque no sea la mayoritaria, con sus propios nichos de mercado para envasar frutas y hortalizas.

Así, el comercio almeriense sigue valorando aquélla tradición local, la manera atractiva y la imagen natural, de producto autóctono y de alta calidad que aporta en la presentación. De hecho, estos envases están ganando en posicionamiento entre los envasadores que buscan nuevas presentaciones 'premium' para sus productos y líneas de mayor calidad (por ejemplo tomates RAF), o incluso dentro del concepto 'ecológico' o 'gourmet'.

Hay que reconocer que las cajas de madera, ya vayan en color natural o con la marca del envasador, presentan una gran diferenciación de los productos. De hecho, llama la atención que la nueva impresión fotográfica a todo color ofrece resultados equi-



La madera es uno de los materiales más respetuosos con el medio ambiente, ya que procede de bosques y cultivos gestionados de manera sostenible. /FEDEMICO



■ El envase protege al producto incluso en exportaciones a largas distancias, reduciendo las mermas por roturas. /FEDEMICO

parables a otros materiales. Preguntado FEDEMCO/ GROW, la Federación Española del Envase de Madera, por otras cualidades comerciales del material, apuntan a un perfecto apilado y paletizado, y a su resistencia y frescura. Aseguran que el envase protege al producto incluso en exportaciones a largas distancias, reduciendo las mermas por roturas o deformaciones del envase. Esto es debido, dicen, al carácter higroscópico del material (absorbe y libera humedad) y al diseño

abierto del envase y de los fondos, que permite un rápido enfriamiento en cámara refrigerada, con el consiguiente ahorro de costes.

Nos preguntamos entonces porqué la madera no se utiliza más, ¿es un envase menos higiénico o sostenible que otros materiales? Roberto García, responsable de marketing de FEDEMCO, explica que no, que los envases de madera son perfectamente aptos para el contacto con alimentos. De hecho se refiere a numerosos

estudios científicos como el reciente estudio desarrollado por el consorcio de investigación francés 'EMABois', que confirman que es tan buena como otros materiales considerados 'lisos', y que estos últimos son, principalmente, de origen no renovable.

García explica que la madera es uno de los materiales más respetuosos con el medio ambiente porque procede de bosques y cultivos gestionados de manera sostenible, su proceso de fabricación es limpio y más sencillo que el de otros materiales, por lo que tiene un impacto ambiental menor, según ADEME y otras referencias, sobre todo en emisiones a la atmósfera.

FEDEMCO, en este sentido, ha desarrollado la calculadora de huella de carbono, FEDEMCO2-data, presentada recientemente por el Instituto Tecnológico del Embalaje (ITENE) en el 27 Simposio sobre envases de IAPRI (Asociación Internacional de los institutos de investigación de embalaje).

Roberto García explica que, por ejemplo, el balance de un 'pitufo' (envase de dimensiones 30x20 cm y 2,5 kg) puesto en las instalaciones de un determinado envasador es de -0,262 Keq de dióxido de carbono. Equivalente en signo contrario a lo que emite un vehículo medio al recorrer un kilómetro (Fuente: EPA, EEUU). Este valor significa que, consumiendo madera, gracias al efecto sumidero del árbol y a diferencia de otros materiales de origen no renovable, se puede compensar de la atmósfera terrestre una cantidad equivalente de gas de efecto invernadero generada por otras actividades, contribuyendo a frenar el cambio climático.

Especial Fruit Attraction



Almería exhibe su poder productor

PARTICIPACIÓN ALMERIENSE

Almería llega a la feria como la provincia con mayor representación hortofrutícola de España

La provincia sigue siendo, a nivel nacional, una de las que más entidades aporta a este evento, para demostrar la importancia de este sector

■ Elena Sánchez

a presencia de empresas hortofrutícolas almerienses en la séptima edición de Fruit Attraction vuelve a incrementarse un año más, lo que lleva a que Almería sea, de nuevo, una de las provincias españolas con más entidades participantes. Según datos facilitados por la Delegación de Agricultura almeriense, en total van a ser 52 empresas las que representen a la provincia de Almería, 27 de las cuales asistirán bajo el paraguas de COEXPHAL, tres estarán en el stand de ECOHAL Andalucía (Alhóndiga La Unión, SAT Agroiris Hortofrutícola Costa de Almería) y dos de ellas, CASI y Balcón de Níjar, que van de manera independiente.

Sin duda, Fruit Attraction es una de las citas ineludibles para las entidades hortofrutícolas almerienses, ya que, como afirma Juan Segura, presidente de Coprohníjar, "para Almería, la fecha de celebración de esta feria es muy buena, ya que coincide con el inicio de la campaña y nos viene muy bien para vernos con nuestros clientes y planificar la campaña. De hecho, yo siempre digo que Fruit Attraction es el momento de planificación y previsión y Berlín es la confirmación de lo decidido meses atrás". En esta ocasión, Segura adelanta que el stand de Coprohníjar será de unos 60 metros cuadrados, "espacio en el que contaremos con una gran gama de nuestros productos y recibiremos a toda persona que muestre interés por el trabajo que realizamos".

Ejidomar es otra de las firmas que, por cuarto año consecutivo, contará con stand en la feria, "un espacio en el que nos reunimos con nuestros clientes v aprovechamos la oportunidad



Las empresas almerienses logran recibir a un gran número de visitantes durante los tres días de feria. /FHALMERÍA



Agroponiente estará, un año más, en Fruit Attraction. /FHALMERÍA

de planificar la campaña y hablar de todo lo que tiene que ver con el sector. Además, el hecho de tener un stand también da la posibilidad de que otras entidades nos conozcan, vean ejidense, "Fruit Attraction es nuestros productos y nos pregunten todo lo relacionado con la opción de trabajar juntos",

indica el presidente de Ejidomar, José Antonio Baños. De hecho, para el máximo responsable de la firma, que acaba de cumplir 40 años en el sector una de las ferias más importantes a las que una empresa debe asistir. En apenas tres días tenemos la ocasión de ver a todos nuestros clientes y la verdad es que desde que estamos viniendo con stand, estamos muy contentos con los resultados obtenidos".

A pesar de que no son empresas con origen almeriense, hay muchas firmas que van a estar presentes en IFEMA y que cuentan con sedes en Almería debido a la importancia que el sector hortofrutícola de la provincia tiene para estas entidades. Éste es el caso de casas de semillas como Rijk Zwaan, Gautier Semillas o las dedicadas al control biológico como Koppert España. De hecho, esta última entidad ha establecido dos objetivos básicos de cara a la nueva edición de la feria. El primero de ellos se va a centrar en la expansión de Koppert en el desarrollo de productos de control biológico para nuevos cultivos, como son frutales, berries, cítricos o viñedos y uva. Por otro lado, el segundo de los objetivos por los que la empresa asiste, un año más, a Madrid es con el fin de presentar, en España, los resultados de los estudios llevados a cabo con Panoramix, un producto innovador que consiste en una sustancia que protege a la semilla con una capa que contiene diferentes microorganismos beneficiosos que potencian las defensas naturales de la planta y, por consiguiente, incrementan la productividad de la misma. De hecho, Koppert asegura que los resultados obtenidos son más que positivos en grandes cultivos extensivos como arroz o trigo.

PARTICIPACIÓN ANDALUZA

En cuanto a la participación andaluza, en general, este año, el espacio expositivo aproximado es de 3.400 metros cuadrados, en el que estarán presentes un total de 65 empresas pertenecientes a las asociaciones de COEXPHAL, Asociafruit, ECOHAL, Freshuelva y otras empresas Certificada, que asisten a la zona andaluza, además de otras 59 empresas de la Comunidad que van a estar distribuidas por otros pabellones.

HORTOFRUTÍCOLA LA ÑECA

"Fruit Attraction nos ayuda a mantener una buena colaboración y trabajo en origen con el cliente"



■ Interior de La Ñeca. /E. Sánchez

Juan Escobar, comercial y gerente de la empresa, asegura que Fruit Attraction "es una visita obligada en la que ver a los clientes"

Elena Sánchez

Hortofrutícola La Ñeca estará presente, un año más, en la feria Fruit Attraction 2015, un evento que "que coincide con el final de la campaña en Holanda y Bélgica,

lo que para nosotros es perfecto, ya que toda la atención está puesta en nuestros productos", indica Juan Escobar, comercial y gerente de la entidad. De hecho, para Escobar, "estar en Madrid es imprescindible, ya que es bueno estar presentes en IFEMA y poder ver a nuestros clientes e intercambiar opiniones con ellos acerca de lo que nos deparará esta nueva campaña".

Para Hortofrutícola La Ñeca, la campaña "ha comenzado algo más tardía que las anteriores, por lo que

pensamos que será a partir de estas fechas cuando comencemos a estar al 100%". Cabe recordar que, como novedad para este ejercicio, la empresa ubicada en El Ejido ha abierto un nuevo punto de recogida en Las Norias. Según Juan Escobar, el objetivo de esta acción no es otra que "dar un mejor y mayor servicio al agricultor; contamos con agricultores algo alejados de nuestras instalaciones y hemos optado por abrir un centro de recogida en Las Norias".

A TRAVÉS DE SIGFITO

Campoejido, premiado por ser uno de los puntos de recogida que más envases recicla



■ Instalaciones de Campoejido en El Ejido. /FHALMERIA

■ E. S. (

El sistema de recogida de enwases agrarios Sigfito ha premiado a Campoejido, entre otras empresas, como uno de los puntos de recogida que más envases ha reciclado durante el año agrícola de 2015. En total, este año en Andalucía son nueve las entidades que van a recibir este galardón, porque, además de ser las que más reciclan, "también son las que más concienciadas están con el medio ambiente", según informa Sigfito en una nota.

31.000 KILOS RECOGIDOS

En total, todos estos puntos, con su empeño, han logrado recoger más de 31.000 kilos de envases, que han sido reciclados en diferentes materiales plásticos de uso industrial, como son tuberías para el riego, conos de carretera e incluso maceteros.

MÁS DE 300 PUNTOS

Desde 2010, año en que se empezó con este iniciativa, Sigfito ha premiado a más de 300 puntos. Según señala Rocío Pastor, directora general, "reconocemos el esfuerzo que realizan estas empresas en la conservación del medio ambiente. El punto, que colabora gratuita y voluntariamente con este sistema, recoge los envases de los agricultores para su posterior reciclado, evitando así sanciones como consecuencia de una mala gestión, un gesto muy importante para conseguir que la agricultura sea sostenible".

Somos especialistas de la berenjena y todo nuestro trabajo es artesanal



Avda. Ctra. Pampanico,257 El Ejido(Almería) Telf. +34 950 482 231 www.laneca.com



ENTREVISTA

RAUL CALLEJA DIRECTOR DE FRUIT ATTRACTION

"Almería participa en la feria con 50 expositores directos, reflejo de la excelente situación del sector"

Rafa Villegas

Pregunta.- ¿Qué balance hace de la pasada edición de Fruit Attraction y qué expectativas tiene en la actual?

Respuesta.- Fruit Attraction es

una herramienta comercial al servicio del sector hortofrutícola español que desde un punto de vista 'macro' tiene una tendencia positiva en cuanto a sus exportaciones, incrementándose año tras año, incluso mejorando los niveles de exportaciones de otros países de la Unión Europea. Fruit Attraction refleja la buena situación del sector y, en ese sentido, crece año tras año. Esta edición cerraremos con aproximadamente unas 1.070 empresas expositoras directas, lo cual supone un crecimiento del 20 por ciento con respecto a las cifras de la pasada edición. Y en cuanto a visitantes, yo creo que va a ser una edición sensacional, estamos viendo que hay grupos de compradores que vienen no solo desde Europa sino de otros países, como puedan ser delegaciones comerciales de China, Brasil... Nuestro objetivo es que todos los expositores hagan negocio, lo cierto es que han mejorado mucho en puesta en escena y en inversión en comunicación. Poner bajo un mismo techo todas estas oportunidades y formatos de venta para poner en el lineal es una oportunidad para el conjunto del sector y de la distribución internacional, que vienen no solamente a darse a conocer sino a establecer relaciones comerciales.

P.- ¿Cuáles son las zonas productoras de España que tienen una mayor presencia como expositores en la feria y a qué otras internacionales atrae?

R.- Andalucía es la que mayor representatividad tiene en cuanto a superficie expositiva y número de empresas que participan en Fruit Attraction, Valencia también ha ido a más año tras año, así como Murcia. En definitiva son las zonas con más producción hortofrutícola y se ve reflejado en la puesta en escena de la feria. Es un dato positivo que todas las zonas



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

de producción estén, como están, representadas en esta edición y también con un importante incremento en cuanto a países europeos con presencia en la feria, ya se está consolidando poco a poco como el evento para la producción y la comercialización europea. El hecho de que seamos, como sector, capaces de atraer a todo el canal de distribución de toda Europa y de 80 países que vinieron el año pasado como visitantes a la feria hace que las zonas de producción europeas vean un atractivo adicional a utilizar Fruit Attraction como herramienta comercial justo en el mes de octubre, que es un mes clave para la planificación de campañas y de aprovisionamiento de productos para los lineales de cara a todo el invierno.

P.- ¿La provincia de Almería es la mayor expositora de la feria? R.- Así es. Almería cuenta ya con unas 50 empresas expositoras directas, fiel reflejo de la excelente situación del sector, en cuanto a calidad y diversidad hortofrutícola, que ponen en valor a través de la feria con la idea de seguir buscando y diversificando los mercados para la exportación.

P.- ¿Qué novedades ofrecen este año en cuanto a exposición?

R.- Hemos hecho una zona nueva,

que se llama The Organic Hub, de ecológico. En la parte de la industria auxiliar seguimos especializando más la oferta, creando un área nueva que se llama 'Distribución y Logística' con una importante presencia de empresas. Tenemos también un área nueva que se llama 'Tech for fruits', muy orientada al tema de tecnología de cara a incrementar la productividad y competitividad de nuestras explotaciones. Además, seguimos profundizando en la internacionalización del evento en cuanto a la captación de visitantes internacionales. Hemos hecho un esfuerzo muy importante este año trayendo a más de 500 compradores invitados con viaje y alojamiento de todo el mundo. Tenemos una serie de reuniones 'B2B' entre expositores de la feria y compradores de 25 países. Trabajamos en favorecer esta integración comercial entre oferta y demanda porque no es solamente el tema del stand y presentar productos, sino favorecer este encuentro desde un punto de vista nuramente comercial.

P.- La creación del área 'The Organic Hub' refleja un incremento del interés por el consumo de producto ecológico en España y Europa, ¿no es así?

R.- Sí, vemos cómo en Reino

Unido u Holanda el consumo de productos ecológicos tiene anualmente crecimientos de dos dígitos, esto significa que hay que dar respuesta comercial a esta demanda del canal hortofrutícola y España tiene mucho que decir en este sentido. Aparte de haber una zona específica en el Pabellón 10, luego hay otros muchos expositores que tienen sus stands habituales en las zonas de producción específicas, con todo ello haremos un directorio de producto ecológico al servicio de esta demanda internacional P.- La celebración de Fruit Attraction 2015 se retrasa unos días con respecto a las anteriores ediciones, ¿a qué se debe?

R.- Fruit Attraction, dado su crecimiento, necesitaba unos determinados pabellones, más espacio, y eso nos obliga, dentro del mes de octubre, a cambiar a la última semana. El año que viene lo haremos la primera semana de octubre, en esa necesidad de seguir aumentando la oferta hortofrutícola presente en la feria.

P.- Durante la feria se van a debatir temas tan importantes para el sector agrario como el asunto de los registros de fitosanitarios o el transporte de frutas v hortalizas en barco. Se trata de jornadas que tratan de resolver dudas y plantear soluciones a las necesidades más importantes del sector, ¿no es así?

R.- Sí. El hecho de complementar y enriquecer la oferta expositiva con jornadas de la máxima relevancia para el sector es importante. Aparte de ser un evento puramente comercial es el evento sectorial por excelencia en toda la Península Ibérica y, en ese sentido, cubre el hecho de que todos los actores de la cadena tengan su espacio y su protagonismo dentro de la feria. Todos los años hay algún tipo de producto que tiene su jornada en la feria, este año organizamos el I Simposio Europeo para la comercialización del Kaki, vienen agentes de la distribución europea, también americanos y de Canadá. Organizamos también el Stone Fruit Attraction - jornada de la

fruta de hueso-, la jornada de los puertos de España, ya que estamos viendo que el eje de la comercialización hortofrutícola se está desplazando hacia el sur de Europa, para ser España no solo país exportador sino reexportador de cara a otros lugares del mundo. Esto ayuda a que el evento siga creciendo y siga ofreciendo al conjunto del sector un complemento a su visita a la feria.

P.- La exposición de las principales novedades de productos de los expositores con 'Pasarela Innova' o las degustaciones gastronómicas con Fruit Fusion son todo un clásico de la feria...

R.- Sí, son cosas que funcionan. Este año contamos con 35 productos nuevos para la 'Pasarela Innova', tanto en innovaciones varietales en fresco como en temas de packaging, fitosanitarios... Nos gusta mostrar todas estas novedades en un mismo paquete. Fruit Fusion es una cocina al servicio de la gastronomía hortofrutícola y mediáticamente, sobre todo para los medios generalistas, tiene un atractivo adicional. Sin olvidar los 'Foro Innova', con uno en cada pabellón, que tienen contenido permanente, son espacios al servicio de las empresas expositoras para hablar de su producto, contar todo lo que están haciendo, todo ello en un auditorio con capacidad para 50 personas.

P.- ¿Está creciendo la participación de empresas de la industria auxiliar?

R.- Mantenemos el ratio de 70 por ciento fresco y 30 para la industria auxiliar. Vemos que es una industria muy horizontal, unos expositores son posibles visitantes o clientes de otros expositores, en ese sentido, que bajo un mismo paraguas se reúnan todas es positivo porque al final un comercializador que compra producto a una serie de agricultores independientes o asociados en cooperativa tiene la oportunidad de ver nuevas formas de financiar, nuevas variedades de semillas, nueva tecnología para incrementar la productividad de sus explotaciones...

ENTREVISTA

DOMINGO LÓPEZ GERENTE DE SALIPLANT

"En esta feria queremos dar a conocer las diferentes líneas de negocio de la empresa"

El stand contará con espacios diferenciados en los que estarán los comerciales especializados en cada tipo de producción

Elena Sánchez

Pregunta.- El año pasado integraron el concepto de sostenibilidad en el stand de Saliplant en la feria de Madrid, ¿en qué se va a basar este año el espacio de la empresa?

Respuesta.- Este año hemos reservado el mismo espacio que en 2014. En esta feria queremos dar a conocer, de manera clara, las diferentes líneas de negocio de la empresa, por lo que nuestro stand contará con espacios diferenciados en los que se



podrá conocer a fondo cada una de ellas. Por este motivo asistirán al evento los comerciales especializados en cada tipo de producción.

P.- ¿Cuáles son los objetivos marcados por Saliplant en Fruit Attraction?

R.- Las ferias son lugares de encuentro e intercambio de opiniones, ésa es la filosofia con la que vamos a Madrid. Queremos acercarnos a

nuestros clientes y definir estrategias conjuntas, que mediante el B2B, nos permitan mejorar como equipo productivo.

P.- ¿Cree que Fruit Attraction es el mejor escenario para seguir potenciando las bondades del sector hortofrutícola andaluz?

R.- Por supuesto, en Andalucía no es que tengamos potencial, es que somos una fuerza productiva con-

solidada que ha demostrado ser capaz de hacer lo más complejo con la máxima calidad. Esta realidad se ha conseguido gracias a una cadena productiva sólida y profesional, desde las casas de semillas, los semilleros, los agricultores y las comercializadoras.

P.- Los semilleros cada vez cogen más importancia en este tipo de eventos. ¿Los profesionales que visitan estas ferias muestran un mayor interés en los avances de este sector?

R.- Desde nuestra empresa percibimos dos tendencias diferenciadas en el mercado. Encontramos clientes que lo que persiguen es una garantía en el inicio de su cultivo y otros que se mueven solo por motivos económicos. El inicio de cultivo es un punto crítico, escatimar en la pro-

ducción de plántula puede ser fatal para llevar adelante un cultivo profesional y de alto rendimiento, como el que llevan a cabo nuestros clientes. Éste es nuestro mercado y nuestro foco, agricultores profesionales que equilibran, evalúan y escogen todos sus insumos para lograr los mejores resultados.

P.- Uno de los objetivos es poder reunirse con clientes, ¿cree que este tipo de encuentros son fructíferos a medio-largo plazo?

R.- Un evento de estas características se ha de preparar con antelación, por este motivo se acude con una agenda cerrada, aunque siempre hay visitas no programadas. Llevamos cuatro años asistiendo y puedo afirmar que resulta fructífero.

P.- Finalmente, ¿cómo ha sido el inicio de campaña en Saliplant?

R.- Cada vez más nos encontramos con campañas solapadas, esto nos exige organización y control, que es lo que marca nuestro trabajo diario. En un sector como el nuestro no se puede hablar de campañas, ya hay que mantener el nivel durante todo el año.





Una empresa actual, ágil e innovadora.

+de 120 millones de plántulas

al año distribuidas a nivel nacional e internacional



empleados

dedicados a la obtención de la mejor plántula hortícola Visitanos en FRUIT ATTRACTION 2015. IFEMA, del 28 al 30 de octubre, pabellón 7, stand 7E13.

CARCHUNA MOTRIL ZAFARRAYA CASTELL DE FERRO EL MORCHE PUNTALÓN SANTA FE ALBUNOL Ctra. Almería, Nacional 340 Km. 341 · 18730 Carchuna Granada (España) T. +34 958 623 376 F. +34 958 623 920 semillero@saliplant.com

www.saliplant.com



Frío Guerrero cuenta desde esta campaña con la certificación IFS Logistics que piden sus clientes

La empresa cumple así con sus objetivos de dar el mejor servicio y garantizar la seguridad del producto que distribuye por toda la UE

■ Isabel Fernández

Frío Guerrero, empresa especializada en cl cializada en el transporte internacional de frutas y hortalizas, cuenta desde esta campaña con la certificación IFS Logistics, una norma especialmente desarrollada para el almacenamiento, la distribución y el transporte de productos tanto alimenticios como no alimenticios y que persigue unir el comercio y la industria para crear una herramienta de transparencia y confianza a lo largo de la cadena de suministro. Según afirmó Christian Guerrero, gerente de Frío Guerrero, en su empresa decidieron iniciar los trámites para hacerse con esta certificación por dos motivos fundamentales: "Primero, porque estábamos estructurándonos para dar el mejor servicio y, segundo, porque nos lo estaban exigiendo algunos clientes". Para Guerrero, "el transporte, igual que la agricultura, tiene que evolucionar"; "primero fueron los vehículos, que tienen que ser modernos, deben estar equipados con localizador, con termógrafo... Y ahora tenemos que ir adaptándonos a las certificaciones"

Con la obtención de esta certificación, Frío Guerrero mejora el servicio que ya presta a sus clientes, adaptando sus procesos a los requisitos que exige la norma y entre los que destacan, por ejemplo, garantizar la inocuidad y salubridad de los productos transportados, el desarrollo de la implicación y concienciación de su personal en materia de prevención y respeto a la higiene y al medio ambiente o la apuesta por el desarrollo sostenible. Y todo ello asumiendo la importancia de la seguridad y calidad de los productos transportados y los servicios prestados, entendidos como la satisfacción total del cliente y, cómo no, aportando seguridad al con-



■ Frío Guerrero cuenta con un equipo humano con una larga trayectoria profesional. /Victor Gómez Martin



Frío Guerrero es una de las primeras empresas de la provincia en contar con la certificación IFS Logistics. /FHALMERÍA

La obtención de esta certificación supone, además, un paso más hacia la diferenciación dentro de un sector, el de los transportes, muy competitivo. En este sentido, Christian Guerrero comentó que se han convertido en una de las primeras empresas de transportes de la provincia en contar con esta certificación que "demandan, sobre todo, las cadenas de distribución de Alemania, Francia o Italia". "Son nuestros clientes extranjeros los que, mayoritariamente, nos piden que tengamos esta certificación, aunque también está muy valorada por las empresas locales, por las cooperativas", insistió Guerrero, quien añadió que "tenemos un compromiso con el sector productivo y, por esta razón, siempre estamos buscando formas de mejorar y ofrecer servicios más competitivos". Como muestra de ese compromiso con el sector, en Frío Guerrero han decidido, además, ser miembros de GLO-BALG.A.P., convirtiéndose, de este modo, en la única empresa de servicios logísticos que ostenta esta posición.

LA EMPRES*E*

Frío Guerrero nació en 2006 y lo hizo como una empresa que ofrecía, sobre todo, el servicio de "grupaje". Ahí estuvo el germen de lo que es hoy: una de las em-

presas más importantes de la provincia en transporte de hortalizas y que llega, prácticamente, a toda la Unión Europea (UE). En la actualidad, Frío Guerrero cuenta con unos 50 camiones equipados con la más moderna tecnología. "Todos los vehículos cuentan con sistema GPS y con termógrafo para el control de la temperatura", apuntó el gerente de la empresa.

Gracias a esta amplia y moderna flota, la empresa continúa, hoy por hoy, ofreciendo el servicio de "grupaje, gracias al que crecimos", si bien también realiza transportes completos. Y es que, mensualmente, la empresa envía unos 200 camiones a lugares tan dispares como Alemania, Holanda o Inglaterra, garantizando en cada envío la llegada del producto en perfectas condiciones y logrando, de este modo, la satisfacción de sus clientes. Para ello, Frío Guerrero cuenta con un equipo humano con una larga trayectoria profesional.

Sus nuevas instalaciones para el Departamento Administrativo y Comercial están ubicadas en el edificio Centrodulce, en Aguadulce, lugar estratégico y de fácil acceso a la autovía A-7. **UN VALOR SEGURO**

El Plantel Semilleros crece y se expande gracias a la calidad y servicios que ofrece

Rafa Villegas

La excelente calidad de los productos que ofrece El Plantel Semilleros para la siembra y germinación de la cosecha, el valor añadido que, gracias a la profesionalidad de sus trabajadores y a que cuentan con las últimas novedades tecnológicas del mercado, le confieren al mismo han sido claves para el continuo crecimiento que ha experimentado, año tras año, la empresa.

Sin ir más lejos, a las cinco delegaciones que tiene El Plantel Semilleros en la actualidad se le sumarán, en breve, otras dos. En concreto, a finales de año está previsto que abran su primer centro fuera de Almería, en concreto en Castilla-La Mancha, mientras que, en breve, finalizarán las obras y abrirán una nueva delegación en el término municipal de El Ejido. La apertura de un semillero en la región manchega tiene como objetivo ganar aún más cuota de mercado en la zona. Y es que, como han explicado desde El Plantel, "en la campaña pasada ya trabajamos allí y el éxito ha sido rotundo".

La empresa cuenta actualmente con cinco delegaciones, todas ellas en la provincia de Almería, si bien, debido a la creciente demanda, va a abrir un centro en Castilla-La Mancha, antes de finales de año, y está ultimando otro en El Ejido



■ En El Plantel Semilleros tienen en cuenta todos los detalles. /FHALMERIA

En la actualidad, El Plantel Selistas en injertos hay que sumar milleros proporciona plantas a otro de sus puntos fuertes, como más de cuatro mil clientes, lo que es su Departamento Comercial. lo avala, sin lugar a dudas, como En este ámbito, El Plantel aseuna de las empresas de referensora durante todo el proceso productivo a los agricultores, inforcia, no solo en el ámbito provincial, sino también fuera, ya que mando del estado de la planta y venden plántulas, incluso, a pade cualquier otra cuestión relaíses terceros. Y es que, año tras cionada con la misma en todo año, El Plantel no deja de aumomento. mentar su cuota de mercado.

En cuanto a los injertos, El La especialización de su peronal es un plus. A sus especiaacercarse mucho al cien por cien



El trato exquisito con el cliente también es un plus de El Plantel. /FHALMERIA

de éxito, situándose como líder absoluto en este aspecto con su injerto en corte total, para cucurbitáceas, y con el microinjerto que realiza en solanáceas.

Del mismo modo, El Plantel también apuesta por lo ecológico. En concreto, en la actualidad cuenta con dos unidades destinadas a este tipo de producción, una en sus instalaciones de Níjar y otra en las de Dalías, en ambos casos cuentan con la impor-

tante acreditación de la empresa certificadora CAAE.

En definitiva, el éxito de El Plantel Semilleros se debe a que prima el comportamiento de la planta en el campo y aporta un valor añadido que permite a sus agricultores diferenciarse del resto. Además, en El Plantel dan prioridad absoluta a las necesidades de sus clientes, teniendo muy en cuenta sus opiniones y adaptándose a sus demandas.



ENTREVISTA

VALTER CEPPI DIRECTOR COMERCIAL DE KOPPERT ESPAÑA

"El control biológico no es una fórmula matemática, hay que adaptarse a las situaciones"

Isabel Fernández

66Hay gente que se está acostumbrando a que el control biológico es una fórmula matemática, desde hace siete años libero X cantidad de un bicho e Y de otro y funciona, pero el control biológico no es eso". Así lo afirma Valter Ceppi, director comercial de Koppert España y sitúa esa 'fórmula matemática' como uno de los factores que ha provocado que el inicio de la campaña 2015/2016 haya sido tan "duro". Pero, en cualquier caso, no es el único. Al aspecto climático, con temperaturas muy altas, Ceppi une "una carga de mosca blanca altísima el inicio del ciclo de cultivo, cuando la planta aún estaba pequeña y los insectos auxiliares no se habían instalado aún". Esa alta presencia de mosca blanca en los cultivos hizo saltar la alerta ya en el mes de agosto, sin embargo, hoy por hoy, si bien sigue habiendo presencia de plaga en los cultivos, "las fincas que aún no tienen una buena presencia de insectos beneficios son las menos".

En cualquier caso, Ceppi considera que lo sucedido al inicio de esta campaña puede ser un 'toque de atención' al sector, que si bien no cree que se haya relajado en el uso del control biológico, sí apunta a que "se ha convertido en una rutina". "No es que los agricultores lo descuiden, los agricultores saben la importancia que tiene, pero se ha convertido en una rutina", comenta Ceppi, quien insiste en que, aunque ésa sea la percepción general, lo cierto es que "el control biológico es algo que cambia todos los años y cada año requiere de una solución diferen-

De lo que no tiene duda el director comercial de Koppert España es de que, pese a todo, "hay que seguir trabajando en la prevención" y prevenir pasa por realizar las sueltas adecuadas también en los cultivos de primavera.



"Si queremos tratar de manera preventiva, hay que empezar a tratar los cultivos de primavera con control biológico para que, en general, haya menos mosca blanca en el campo y, cuando empecemos un nuevo cultivo, haya poca presión de mosca".

Preguntado sobre el solapamiento de ciclos de cultivo y sobre la coincidencia en el campo de fincas aún en producción con otras que ya han arrancado, Ceppi lo tiene claro: "Puede ser una de las causas de mayor presencia de plaga en determinados momentos y puede hacer el problema más grande, pero yo lo veo más como una oportunidad para hacer las cosas mejor". Y es que, para el director comercial de Koppert España, "si todo el mundo estuviera haciendo las cosas bien, si todo el mundo terminara su cultivo con control biológico establecido y con casi nada de mosca blanca, sería magnífico y sería una buena oportunidad para que el sector sea más fuerte, para que, por ejemplo, hagamos pimiento durante todo el año y que el sector se pueda diferenciar". "A nivel económico -continúa- es una oportunidad para que Almería no sea sólo proveedora de pimiento de noviembre a febrero, sino que sea un proveedor global".

A su juico ésta es la forma en la que debe avanzar el sector, mirando siempre hacia delante, "intentándo hacerlo mejor y alcanzar un reto más". Sin embargo, reconoce que no toda la culpa es del agricultor. La industria, por su parte, también ha cometido sus propios errores. "La industria ha convertido el producto del control biológico en un commodity, en algo que no tiene valor añadido, sino el mero valor industrial", lamenta y añade que, "al haberse quedado en un commodity puro, algo que se produce a un coste X y se vende a un coste X+1, las grandes empresas están perdiendo el interés por la investigación", algo que, anualmente, les supone una inversión "bestial".

I+D

Pese a todo, en Koppert siguen manteniendo la misma filosofia de hace años y que se resume en conseguir soluciones sostenibles que no sólo contribuyan al crecimiento de la agricultura, sino que también, a largo plazo, permitan mejorar el entorno en general. En este sentido, Valter Ceppi comenta que "nos sentimos orgullosos de haber participado de la 'Revolución verde' de Almería, pero ahora tenemos que participar en el desarrollo de la agricultura en general". Dentro de esta voluntad de participación, la empresa está trabaiando con cultivos como las berries, los frutales, e incluso, en cultivos extensivos, ya que su objetivo es que, "en diez años, podamos tener presencia en el 100% de los cultivos de España". En esta línea, comenta que "ya estamos creciendo en cítricos y en berries y ahora nos estamos lanzando a los cultivos extensivos". Pero todo ello sin perder de vista Almería.

En la provincia, "estamos trabajando mucho en el suelo, en la introducción de materia orgánica para convertirlo en un suelo rico, equilibrado y que la planta pueda decidir 'qué quiere comer'". Asimismo, en Koppert España siguen profundizando en la microbiología para, así, no sólo tratar una plaga, sino también "satisfacer" las demandas que pueda tener una planta. "Estamos cada vez más convencidos de que ésta es una línea de futuro", apunta Ceppi, quien añade que, en cualquier caso, "el marco legal supone un freno, ya que a los dos años, más o menos, que supone el desarrollo comercial, hay que sumar varios más a causa del sistema legal".

En cualquier caso, y a pesar de las dificultades, para el director comercial de Koppert España, "el futuro es bonito". "Tenemos la tecnología, y el resto de empresas también, pero falta voluntad". Una voluntad que para Ceppi debe llevar al sector mucho más allá de la producción agrícola y que consiste en la utilización de todo lo que se genera alrededor de un invernadero para poder hablar de la sostenibilidad del sector con mayúsculas

NUEVOS RETOS

■ Isabel Fernández

Koppert Biological Systems mostrará durante la próxima edición de la Fruit Attraction (stand 9H04B) sus últimas innovaciones en microbiología dirigidas a impulsar la agricultura sostenible y sin residuos. El control efectivo de plagas junto con la protección de las plantas y el suelo frente a las enfermedades que ponen en peligro las cosechas son las dos áreas en las que la compañía ha desarrollado nuevos productos biológicos que ya han sido ensayados con un rotundo éxito en producciones de invernadero y al aire libre ubicadas en diferentes zonas de producción de toda España.

Mycotal® es una de las novedades que se han desarrollado gracias a las investigaciones de Koppert en microbiología, en este caso aplicada a producciones hortícolas. Mycotal® es un insecticida biológico de aplicación foliar para el control de mosca blanca (Bemisia tabaci y Trialeurodes vaporium) que está compuesto de esporas del hongo Verticillium lecanii, altamente efectivo para el control de todos los estadios de mosca blanca y con una acción secundaria para la plaga de trips. Mycotal® es un producto que actúa por contacto, adhiriéndose firmemente a la cutícula del insecto, penetra en su interior y éste se ve afectado en el plazo de 48 horas después de la infección. Cuando el insecto ha muerto, Mycotal® se regenera y puede seguir infectando por contacto. Es un producto específico y altamente eficaz en su actuación contra la plaga de mosca blanca porque refuerza de forma considerable el trabajo de control que realizan enemigos naturales como Amblyseius swirskii, especialmente tras la fase inicial de desarrollo del cultivo. Aunque Mycotal® lleva varios años en el mercado, Koppert no ha dejado de actualizar la versión inicial hasta llegar a identificar la cepa del hongo que es más efectiva contra la mosca blanca y que es la que ahora se comercializa tras conseguir la compañía el único registro fitosanitario que se ha concedido en España para este hongo.

También en Fruit Attraction se presentarán los avances en Trianum®, un producto basado en el hongo Trichoderma, que tendrá especial protagonismo dentro del sistema NatuGro® de Koppert. Natugro® ofrece a los productores un asesoramiento global y a la medida, en el que se complementa la po-

Koppert impulsa la agricultura sostenible y sin residuos con innovaciones propias en microbiología

linización natural y el uso de enemigos naturales con microorganismos beneficiosos que procuran el equilibrio biológico del suelo y mejoran las defensas naturales de la planta desde la fase más temprana de desarrollo en semillero.

CULTIVOS AL AIRE LIBRE

Los avances de Koppert en microbiología también están presentes en los cultivos al aire libre. Prueba de ello es Panoramix®, un potente fertilizante de nueva generación que aumenta el rendimiento del cultivo y su valor nutricional, aunque se reduzca el uso de otros fertilizantes. Panoramix® favorece el establecimiento de varios microorganismos beneficiosos con propiedades únicas. La composición se puede adaptar 'a la carta', según las necesidades individuales. Koppert ha desarrollado Panoramix® especial-



El equipo de Koppert España. /FHALMERÍA

mente para cultivos herbáceos extensivos, como arroz, maíz, trigo, soja, etc. El producto favorece la proliferación de una serie de microorganismos beneficiosos para el cultivo, que protegen las semillas y promueven su germinación, fortalecen las plántulas jóvenes, el sistema radicular y los cultivos adultos.

Los ensayos realizados durante el año pasado en varias zonas de interior por toda España han confirmado la elevada eficacia de Panoramix®, "que aporta al productor un extra de seguridad, ya que protege el cultivo frente a enfermedades transmitidas por el suelo y al mismo tiempo incrementa su productividad", explica Valter Ceppi, director de Koppert en España.

Otra de las innovaciones de Koppert para los cultivos al aire libre está relacionada con el control de la araña roja, una de las plagas más problemáticas en los últimos años. Fruto de una constante innovación en estrecha colaboración con los agricultores, Koppert ha introducido mejoras en su producto Spical® (Neoseiulus californicus), adaptándolo a la necesidades de los cultivos al aire libre y especialmente a las condiciones en frutales, uva de mesa y viñedo. En breve, se comercializará una nueva formulación y un nuevo formato de sobre que no se deteriora con la humedad ni con la lluvia, para aumentar así la eficacia en el control biológico de esta plaga que cada año ocasiona importantes daños en la producción.

AGRICULTURA RESPONSABLE

Koppert ha hecho una firme apuesta por la investigación continua en hongos y bacterias beneficiosas. Esto ha permitido abrir nuevos horizontes desconocidos en las técnicas de control biológico, ya que a partir de ahora el uso de la microbiología estará vinculado al empleo de insectos beneficiosos. "Es una nueva etapa con un enfoque integrador en el que tenemos en cuenta las necesidades de la planta y del suelo, pero también la productividad y la rentabilidad que necesitan los productores para garantizar la viabilidad de sus explotaciones", explica Ceppi. Koppert ha desarrollado nuevas soluciones que suponen importantes innovaciones a escala mundial, con las que aspira a cumplir su misión de ayudar a hacer más sostenibles y respetuosas con el entorno y con los recursos naturales las producciones agrícolas.



ADAPTADOS A LAS DEMANDAS DEL AGRICULTOR

Diamond Seeds ofrece un amplio catálogo de tomates de elevada producción y excelente cuaje

Seventy F1, Noemy F1, Luana TY, Nexus F1 o Sybilla F1 son variedades de gran calidad, calibre y buena postcosecha

Elena Sánchez

a casa de semillas Diamond Seeds está logrando potenciar su catálogo de tomate con variedades que ofrecen las principales características necesarias para lograr productos que se adapten a las demandas tanto de agricultor como de consumidor. En este sentido, la empresa destaca, dentro de su catálogo, una serie de variedades que están logrando hacerse un hueco importante en el mercado. La primera de ellas es el cherry Seventy F1, un tomate recomendado para ciclo largo, con trasplantes de final de julio y agosto, que destaca por sus frutos de gran coloración y cuello blanco, así como por su pequeño cierre pistilar y grados brix adecuados. Además, Seventy F1 es una variedad que goza de una buena postcosecha, además de que aporta resistencia al virus de la cuchara y al spotted.

Por otro lado, Diamond Seeds hace especial mención a Noemy F1, un tomate redondo, que destaca por su color rojo brillante y elevada consistencia y conservación, haciéndolo apto para la exportación. Además, Noemy F1 cuenta con una planta muy vigorosa y con un gran número de resistencias: HR: Fol 1,2; Va, Vd; ToMV; IR: TSWV; TYLCV; Ma/ Mi/ Mj.

NEXUS F₁

Igualmente, dentro del catálogo de los tomates cherry, una de las variedades más comerciales de Diamond Seeds es Nexus F1, un cherry redondo para recolección en suelto, que ofrece un fruto de color rojo intenso y con un cierre peduncular muy pequeño. Esta variedad destaca, además, por su buen vigor y buena cobertura foliar, y está recomendada para cultivos de ciclo largo, sobresaliendo de otras variedades por su



■ Noemy F1 cuenta con una elevada consistencia y conservación de fruto. /Elena Sánchez

elevado nivel de cuaje y gran regularidad de frutos durante todo el ciclo. Dentro de sus tolerancias, Nexus F1 tiene una elevada tolerancia al cracking, por lo que incrementa a un nivel muy alto el porcentaje de frutos comerciales.

Otra de las variedades de cherry con las que Diamond Seeds refuerza su catálogo de este tipo de tomate es Sybilla F1, un cherry redondo recomendado para trasplantes de final de agosto a septiembre, que destaca por que su fruto tiene unos sépalos muy planos y apoyados sobre los hombros del tomate. De hecho, esta variedad tiene un excelente sabor, con una relación muy buena entre azúcares y acidez, con una media de 9 grados brix.

Sybilla F1 llama la atención, también, por la belleza y perfección del ramo, así como por su buena producción en ciclo largo. Y es que, este tomate cherry es una variedad muy vigorosa, excelente para cultivo largo aguantando muy bien la formación del ramo, así como el calibre del fruto durante todo el cultivo.

Como no podía ser de otra manera, Sybilla F1 cuenta con especiales características, como, por ejemplo, el hecho de que produce ramos con un raquis



■ El tomate pera Luana TY ofrece frutos de excelente sabor. /E. S. G.

central muy grueso y de excelente color verde oscuro, "con los frutos tocándose entre ellos, lo que hace que sea un ramo muy compacto y fuerte", explica José Ginés de Haro.

En cuanto a la seguridad del fruto, Sybilla F1 cuenta con una alta resistencia a Fol 0-1, ToMV, Ff 1,5 y resistencia media en TYLCV y Ma/ Mi/ Mj.

LUANA TY

Finalmente, dentro de los tomates pera, la casa de semillas destaca Luana TY, una variedad recomendada para ciclo corto, con trasplantes de agosto y, posteriormente, para la campaña de



Nexus F1 destaca por su buena cobertura foliar. /E. S. G.

primavera, con trasplantes de final de enero a marzo, dando una elevada producción. Esta variedad destaca por su elevada producción y gran calibre, con un excelente cuaje en todo el ciclo productivo. Asimismo, Luana TY se desmarca del resto por sus frutos de larga vida, ofreciendo valores de conservación muy altos, excelentes para su exportación. **ÚLTIMAS VARIEDADES**

El gazpacho de Caparrós Nature, uno de los productos más destacados en la nueva edición de Pasarela Innova

Se trata de un producto natural elaborado artesanalmente con tomate Caparrós Premium, que estará junto a otras 31 novedades más

CIA

Como viene siendo habitual en las últimas ediciones, Fruit Attraction contará, una vez más, con el espacio de Pasarela Innova, un lugar en el que se pretende destacar las últimas variedades de frutas y hortalizas presentadas por las empresas expositoras, así como las novedades de la industria auxiliar, que estén comercializadas en los últimos dos años.

En esta ocasión, dicho espacio va a estar ubicado en el núcleo de conexiones de los pabellones 8 y 10 y recogerá un total de 32 propuestas hortofrutícolas. Entre ellas, este año, destaca una empresa almeriense que va a aprovechar la ocasión para mostrar su producto. Se trata de Caparrós Nature y su gazpacho de tomate Lobello, un producto natural elaborado artesanalmente con tomate de Caparrós Premium.

Sin embargo, ésta no es la única empresa andaluza que va a representar a la Comunidad Autónoma en Pasarela Innova, ya que, según datos facilitados por la Consejería de Agricultura, Cuna de Platero y Eurosemillas también darán a conocer sus productos. En el caso de Cuna de Platero, se va a mostrar Berrycatessen, la nueva marca que esta empresa ha lanzado al mercado, bajo la que comercializará sus berries premium, arándanos, frambuesas y moras.

Por su parte, Eurosemillas estará presente en Pasarela Innova con Gold Nugget, una mandarina con cero semillas en todas las condiciones de polinización. Además, también destaca porque respeta al medio ambiente y a las abejas, así como resalta por sus amplias cualidades organolépticas.

INICIATIVA

La Pasarela Innova es una iniciativa complementaria al Foro Innova. Ambas convierten a esta fiesta del sector en una para las empresas. En la pasada edición se presentaron 36 novedades agrícolas en esta pa-

FORO INNOVA

que se caracteriza por ser un espacio donde las empresas participantes podrán realizar charlas y seminarios relacionados con las últimas novedades y soluciones en productos del sector hortofrutícola, que contribuirá a dar la mayor promoción y difusión posible, contará con una capacidad para 40 personas y los actos y presentaciones serán anunciados en todos los canales

gran herramienta comercial online y offline de Fruit Attraction. Asimismo, esta iniciativa indica la capacidad que tiene la feria para que sirva como escaparate y para dar a conocer las últimas propuestas del sector, así como plataforma de promo-Por otro lado, el Foro Innova, ción para las empresas que quieran participar, y sus productos, ante profesionales y medios de comunicación.

> Por todo ello, sin duda, una cita ineludible a la que todo visitante de Fruit Attraction debe acudir, con el fin de adentrarse en aquellas novedades que no demuestran nada más que las líneas por las que se va a regir el sector hortofrutícola internacional en los próximos años.



Espacio ubicado en el núcleo de conexiones de los pabellones 8 y 10. /LE.G.



www.diamondseeds.com

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

ENTREVISTA

FRANCISCO GÓNGORA ALCALDE DE EL EJIDO

"La Unión Europea tiene mucha suerte de contar con una zona productora como la nuestra"

Rafa Villegas

Pregunta.- En un municipio como El Ejido, considerado la 'Huerta de Europa', al contrario que en la mayoría de ayuntamientos, la Concejalía de Agricultura es una de las más importantes, ¿qué competencias tiene en esta materia el Consistorio?

Respuesta.- Para nosotros, la agri-

cultura es vital, es, desde hace mucho tiempo, nuestro principal pilar económico y va a seguir siéndolo. Es verdad que el Área de Agricultura es clave para nosotros. Nos gustaría contar con más personal porque hay cuestiones que probablemente hay que reforzar, pero no nos queda más remedio que mantener un equilibrio presupuestario también con el gasto de personal. Son muchas las competencias, entendemos que somos los principales interlocutores con el sector, representamos al municipio de El Ejido y en todas aquellas competencias, dentro del marco legal, que no nos corresponden sí tenemos que ser los interlocutores y estar siempre instando a las administraciones competentes para que nos vayan solventando cualquier problema. Hay dos cuestiones, una de oportunidad y otra de necesidad. Hacemos un trabajo, en primer lugar, de autorización de nuevas instalaciones, de limpieza del campo, que ahí las competencias son compartidas, en materia de higiene rural también tenemos ciertas competencias, en la adecuación de caminos rurales. Vamos haciendo un esfuerzo, buscando colaboración, porque son también competencias compartidas. La mayoría de las competencias que exceden nuestro ámbito son de la Junta de Andalucía. El nivel de interlocución con la Junta es bueno, si bien echamos en falta más compromiso presupuestario. Estamos obligados a agotar la vía del diálogo y a seguir insistiendo.

P.- ¿Cómo ve el inicio de la campaña 2015/2016?

R.- La campaña ha empezado bien, eso es bueno, a ver si entra un poco el frío, que dependemos mucho de la climatología. No nos está afec-



■ El alcalde de El Ejido en un momento de la entrevista. /Rafa Villegas

tando, en exceso, la producción de terceros países, creo que la trazabilidad que existe aquí no existe en otros países. Europa tiene que pensar que tiene una gran suerte de tener dentro de la propia Unión Europea una zona productora como esta y que tiene que cuidarla mucho. Depender de terceros países que puedan tener cierta inestabilidad política y que afecta a la producción no es bueno. Ahora se están analizando con las OPFH las líneas de ayudas comunitarias, hacia dónde se tienen que dirigir. Creo que se tiene que volver a apostar por el tratamiento de los restos vegetales, que se apoye también esa necesidad y buscar una vía para que los productores que llevan su género a las alhóndigas pudieran también, a través de una fórmula, acceder a los fondos comunitarios, eso sería muy importante, que pudieran constituir organizaciones de productores y acceder a esos fondos, ése es también un caballo de batalla en el que se está trabajando ahora.

P.- Respecto a las licencias, en agosto concedieron una para un nuevo centro de I+D+i de Rijk Zwaan, en cada Junta de Gobierno autorizan la construcción de nuevos invernaderos y la reforma de otros, se están construyendo más delegaciones de semilleros... El agrario es un sector muy vivo, ¿no es así?

R.- Es un sector que goza de buena salud. Eso no significa que tengamos que lanzar las campanas al vuelo. Hay que dotarlo de sostenibilidad y hay que mejorar algunos aspectos, como la promoción, siempre nos quejamos de los estereotipos que se tiene del sector y que no tienen nada o poco que ver con la realidad, cuando es un sector muy trabajador, muy dinámico, muy innovador, pero hay que contar mejor lo que hacemos aquí. El Ayuntamiento está haciendo un esfuerzo en este sentido, y tenemos que promocionar nuestras frutas y hortalizas a través de la gastronomía, en definitiva lo que estamos produciendo es Dieta Mediterráneo, alimentos que tienen que ver con una alimentación sana y con hábitos de vida saludables. También forma parte de nuestro eje de trabajo la imagen del campo, que tengamos un campo aún más limpio, en eso El Ejido destaca, pero nos queda todavía camino por recorrer.

P.- También se ha fijado en el mu-

nicipio Gas Natural, habiendo ya zonas de invernaderos, como Tierras de Almería, con posibilidad de climatizar las fincas gracias a esta empresa...

R.- Sí, además, los agricultores que lo están utilizando están contentos. están viendo un aumento de la productividad. Es cierto que para eso hay que tener unas instalaciones muy adaptadas, modernas, para poder lograr el máximo rendimiento energético. Es un combustible mucho más limpio que cualquier otro. Tenemos la suerte de contar con una climatología con más de 3.000 horas de sol al año, con un régimen de vientos que nos ayuda a mantener la humedad en todas las plantaciones... pero existe esa opción y los que se han decantado por ella están muy contentos, les da seguridad, aumentan la producción y dicen que les es rentable.

P.- Un aspecto importante de la sostenibilidad es el del tratamiento de los restos vegetales, sin embargo, Frutilados, el proyecto de conversión de los restos vegetales en alimento para el ganado sigue paralizado por la Junta...

R.- Efectivamente. Se ha hecho lo más difícil, desde sacar el proyecto, llegar a acuerdos con los ganaderos, ensayos con la alimentación en la finca que tiene la Diputación de Granada en Huéscar, se ha conseguido que 21 empresas comercializadoras pongan capital social, creen una sociedad para implicarse, para el tratamiento de más de 50.000 toneladas anuales que hay de excedente. Además, hacemos una economía circular, no llegando a generar un residuo, sino alimentando también al ganado a un precio muy competitivo, cuando hay un problema de alimentación ganadera, los países árabes se están llevando mucho grano. También empieza a haber iniciativas privadas, apostando por la valorización energética, por hacer tableros para carpinterías... Pero por parte de la Consejería de Agricultura se está muy de espaldas para tratar de trabajar y ofrecer una solución al tema de los restos vegetales. El agricultor paga, pero las plantas de compostaje que hay son insuficientes, están colapsadas y eso al final se traduce en molestias, en olores, en lixiviados... Ya hay una empresa que va a empezar a tratar los lixiviados, con lo cual los olores van a disminuir considerablemente; se genera, además, abono orgánico, que vale para el cultivo ecológico. Son muchos frentes en los que estamos trabajando, pero las cosas llevan su tiempo, si bien, sin la voluntad política aún se retrasa todo más

P.- El Ayuntamiento ha puesto en marcha la campaña de promoción 'El Ejido, Gourmet Quality', ¿qué importancia tienen este tipo de acciones?

R.- Para El Ejido lo importante es que se respire normalidad, algo que. a nivel de gestión municipal, se está viendo. Desde un principio nos hemos puesto como objetivo que El Ejido se conozca por lo que realmente es, en todos los niveles, como en el turístico, un sector que relacionamos siempre con la agricultura, que es un sector digno de mostrar y de conocer. Hemos conseguido que se emitan reportajes donde casamos turismo y agricultura a nivel internacional, en TVE, hemos lanzado la campaña 'El Ejido, Gourmet Quality', donde acuñamos en un sello la calidad de nuestras frutas y hortalizas, que es calidad gourmet, es un producto con la máxima trazabilidad, la máxima seguridad alimentaria, donde se ha eliminado cualquier tipo de residuo, donde vamos a una lucha integrada, reproduciendo un ecosistema, cada vez más natural, bajo el plástico, ayudando a la eliminación del CO2. Si quitáramos los plásticos, lo que se vería desde el espacio es una verdadera selva amazónica. Queremos que se asocie a El Ejido con un municipio joven, dinámico, que hace sus deberes, trabajador, que respeta los derechos laborales, que apuesta por la tecnificación, por el esfuerzo, por el trabajo, que tiene rincones maravillosos para venir a disfrutar del tiempo libre, que tenemos costa, unas playas magníficas, tenemos golf, puertos deportivos, patrimonio cultural, patrimonio ambiental, un sistema de cultivo único

ENTREVISTA

en el mundo, donde no utilizamos fuentes de energía que generen CO2, que tratamos nuestros residuos, los plásticos, los restos vegetales... Esa es la dinámica, pero eso no lo consigue solo el Ayuntamiento.

P.- En el anterior mandato dieron mucha importancia a la participación con la creación del Consejo Municipal Agrario o la Comisión de Seguimiento de Restos Vegetales...

R.- La participación hay que creérsela. A mí me gusta contar con los mejores y el equipo de Gobierno está formado por unos concejales que están implicados, que tienen capacidad, que se preocupan, hay un buen nivel de trabajo. Hemos creado la COMITRA, con la que hemos llegado a conclusiones muy importantes en materia de restos vegetales, el Consejo Municipal Agrario, donde está representado todo el sector. Si no contamos con un sector como el nuestro, que es de los más importantes del mundo, sería de necios. Cuando haces las cosas con transparencia y honradez, y no te importa reconocer que algunas cuestiones pueden ser mejorables, con el diálogo puedes exponer tu

trabajo a la consideración del sector y enriquece el debate.

P.- Han pasado muchos años, pero la Balsa del Sapo sigue suponiendo un grave riesgo para agricultores y vecinos de Las Norias, ¿no es así?

R.- Sí. Hay dos cuestiones. Por un lado, la Junta de Andalucía es la que gestiona la cuenca, por lo que la regulación de esa masa de agua tiene que asumirla esta Administración. La Junta asumió como cuota de seguridad en el humedal, los 22 metros, una vez que se hicieron las bombeos de impulsión se cedió a la Junta Central de Usuarios y no se está teniendo régimen de bombeo. La lámina de agua de la Balsa del Sapo está ahora en 24,5 metros, con lo que habría que bajar más de dos metros. Por otro lado, está la obra de interés general, de ahí la necesidad de que el Gobierno central actúe para evitar, en caso de avenidas, posibles inundaciones. Para ello ya se ha redactado un proyecto, hay que someterlo a evaluación de impacto ambiental, que es el trámite más complejo y más largo, una tramitación que está a punto de salir, después de haber sufrido varias modificaciones por indicación de la Consejería y del propio Ministerio. Lo está haciendo ACUAMED, lo que no se puede permitir es que se dilate en el tiempo este proyecto, no es de un año para otro pero en los próximos años se ha de acometer. Espero que a lo largo del año que viene pueda estar concluido el trámite ambiental, espero que no haya grandes problemas y que para 2017 pueda haber ya una partida presupuestaria para poder empezar a acometer el túnel. Es una obra de 50 millones de euros, costosa pero muy necesaria. Hay un paso importante, que es que ACUAMED, aunque no tiene la competencia de gestión de esa masa de agua, ha querido, como obra complementaria, conectar la Balsa del Sapo con los cuatro embalses reguladores, hay uno más que ya está conectado, que es para utilización del agua de la desaladora, lo van a conectar para poder mezclarla en un régimen de 60 por ciento agua desalada y 40 por ciento agua de la Balsa del Sapo, ya han hecho los análisis, se conseguiría un 40 por ciento adicional. Sería un régimen continuo de 180 litros por segundo, abarataría el precio y empezaríamos a utilizar esa agua. Son casi tres millones de euros lo que cuestan esas obras complementarias.

P.- Una herramienta importante con la que cuentan los agricultores es el laboratorio CUAM. Además están llevando a cabo una modernización de equipos...

R.- Sí, estamos llevando a cabo inversiones muy importantes. Tenemos previsto continuarlo. Son más de 8.000 análisis los que hacemos cada año. No tenemos la intención de entrar en competencia con el sector privado, en absoluto. Es más, cuando entendamos que el CUAM pudiera pasar a manos privadas, no habría ningún problema, manteniendo los precios públicos, pero hoy por hoy entendemos que es necesario. Hemos actualizado los aparatos, ahora analizamos incluso plásticos, está dando buen resultado.

P.- En el aspecto de seguridad en el campo, como complemento al equipo ROCA de la Guardia Civil, pusieron en marcha la Unidad de Vigilancia Rural Nocturna, ¿con qué resultados?

R.- Están dando muy buen resul-

tado. Tienen hilo directo con las personas que gestionan las comunidades de regantes. Siempre están muy pendientes, hacen un seguimiento cada noche si bien, para nosotros es prioritario poder incrementar la plantilla de la Policía Local, porque es verdad que la Guardia Civil va muy corta de efectivos, no me canso de pedir más efectivos. Tenemos un campo muy amplio y, aunque hacen muy buen trabajo, faltan efectivos. P.- Acude todos los años, junto al concejal de Agricultura, a Fruit Attraction, ¿tienen previsto participar, en próximas ediciones, con stand en la feria?

R.- Para hacerlo, deberíamos ir unidos toda la provincia. Para ir de ropero, francamente no nos los planteamos. El día que volvamos a estar, lo haremos con partidas económicas que permitan tener un stand que pueda aglutinar a las empresas del municipio, pero eso no es fácil, las empresas quieren tener también su propia autonomía... Pero vamos a Fruit Attraction, estaremos apoyando a nuestras comercializadoras, a nuestros productores.



Las lechugas de Rijk Zwaan aumentan su conservación en dos días gracias a KNOX

Gracias a esta característica, se asegura que las hojas, después de cortadas, se decoloren más lentamente por efecto de la oxidación

CIA

Rijk Zwaan sigue innovando en el sector hortofrutícola y, en esta ocasión, ha sido en el ámbito de las hortalizas de hoja, en concreto, en la lechuga. Y es que, la última novedad de la casa de semillas se llama KNOX, una nueva característica que ha introducido Rijk Zwaan en sus variedades de lechuga, que asegura que las hojas, después de cortadas, se decoloren más lentamente por efecto de la oxidación, es decir, aumenta la conservación en, aproximadamente, dos días.

Según asegura Bauke van Lenteren, gerente de producto de Conveniencia, "con KNOX ya no es necesario envasar siempre la lechuga cortada en una atmósfera pobre en oxígeno, lo que permite reducir costes y una mayor variedad de meclas".

La casa de semillas ha estado trabajando más de diez años en esta propiedad, ya que trabajó en el desarrollo de un test para



Diez variedades diferentes de tipo de lechuga cuentan con esta propiedad, que ya ha sido probada con éxito. /FHALMERÍA

comprobar, eficazmente, la presencia de esta característica y, así, pudo localizarla en sus invernaderos. De hecho, el efecto único de esta propiedad quedó confirmado por diferentes pruebas de laboratorio y, en la práctica, esta característica fue introducida mediante cruzamientos en diferentes tipos de lechuga.

Diez variedades diferentes de tipos de lechuga, aproximadamente, son las que cuentan con esta propiedad, ya que han sido probadas con éxito en la práctica en colaboración con productores y empresas de IV gama. Por ello, desde Rijk Zwaan han dado a conocer que los productores pueden solicitar semillas de prueba a través de su asesor de cultivo.



FORO SOBRE HORTICULTURA MEDITERRÁNEA ORT-MED15

TECNOVA conoce las innovaciones de los productos que requiere el consumidor

El Centro Tecnológico TECNOVA, a través de su directora general, Mari Carmen Galera, ha estado presente en la conferencia internacional 'Horticultura en el entorno Mediterráneo: retos globales, innovación en la investigación ORT-MED15', celebrada en Italia. De hecho, en este foro, TECNOVA ha tenido la oportunidad de conocer las tendencias e innovaciones en los pro-

dor, ofreciendo así la perspectiva empresarial privada e innovadora de España en este evento de interés investigador internacional.

De hecho, para Mari Carmen Galera, "es importante que las entidades y los centros de I+D+i escuchen las necesidades del consumidor trabajando conjuntamente en ofrecer productos que cumplan con las expectativas saludables que requieren y en nuevos formatos demandados más fá-

ductos que requiere el consumi- ciles de consumir, anticipándose así en las nuevas tendencias del mercado".

> Pata el Centro Tecnológico ha supuesto una oportunidad el hecho de estar presente en este foro con los científicos más destacados en el ámbito de la postcosecha, pudiendo conocer y relacionarse con los mismos, con el fin de poder establecer alianzas, colaboraciones y proyectos de I+D+i de interés entre ambos pa-



Ponencia llevada a cabo por Mari Carmen Galera, directora general de TECNOVA.

NUEVA NORMA PARA LAS PLANTACIONES EN LA PRODUCCIÓN DE ZUMOS DE FRUTA

GLOBALG.A.P.: Una alianza para una mayor sostenibilidad

CIA

a norma de certificación GLO-BALG.A.P. está ampliando su ámbito de aplicación para incluir cultivos destinados al procesamiento. En el futuro será posible producir zumos, conservas y otros alimentos procesados con materias primas cultivadas de forma sostenible y uniformemente controladas.

Si bien GLOBALG.A.P. sigue enfocándose en la certificación de la inocuidad alimentaria en el marco de las buenas prácticas agrícolas de productores de frutas y hortalizas frescas, acuicultura y producción animal -e incluso mejorando estos aspectos con la nueva Versión 5-, está abriendo ahora su ámbito de acción para abarcar a las empresas agrícolas que abastecen a la industria de procesamiento. Está haciéndolo mediante una alianza con la Platafor-



Kristian Moeller, CEO de GLOBALG.A.P., y Peter-Erik Ywema, director general de SAI.

ma SAI. "Simplemente hemos combinado los requisitos de los dos programas líderes a nivel mundial en inocuidad alimentaria y en sostenibilidad para empresas agrícolas y los hemos puesto a disposición del sector agropecuario como un instrumento nuevo, flexible y basado en la evaluación de ries-

gos", explicó el Dr. Kristian Moeller, director ejecutivo de GLO-BALG.A.P. "A través de esta cooperación, deseamos aumentar la armonización y contribuir a una mayor sostenibilidad e inocuidad alimentaria".

La norma GLOBALG.A.P. propuesta para la producción de culti-

vos para procesamiento (Norma CfP) se encontraba en proceso de consulta pública hasta el 21 de octubre de 2015 y se espera que su aprobación final por parte de los comités sea a finales de este año. Contiene los requisitos de buenas prácticas agrícolas de la norma GLOBALG.A.P. para frutas y hortalizas en lo referente a la inocuidad alimentaria e incluye un enfoque especial sobre aspectos de sostenibilidad ecológica tomados de la Evaluación de Sostenibilidad Agrícola de la Plataforma SAI. Esta norma combinada se diseñó para satisfacer los Principios de Agricultura Sostenible y Empresas de los Objetivos de Desarrollo Mundial de las Naciones Unidas.

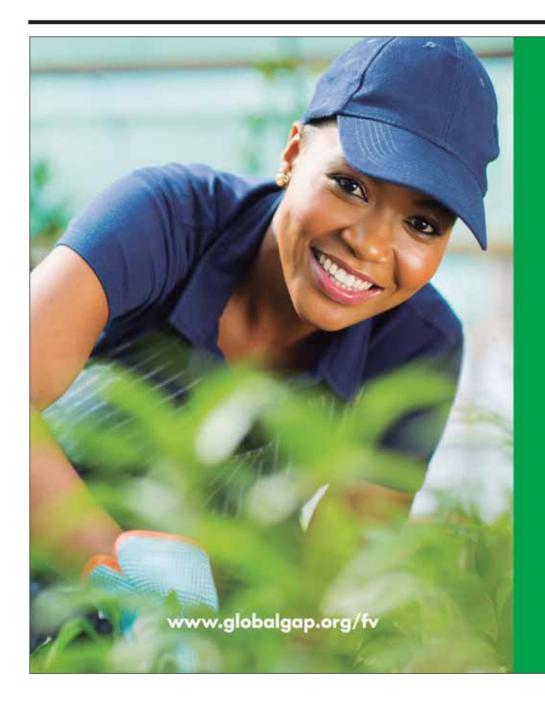
Las empresas agrícolas alrededor del mundo se beneficiarán de un instrumento único y aplicable que está recibiendo una creciente aceptación por parte de las marcas globales y el sector minorista.

La presentación de la Norma de Certificación GLOBALG.A.P. para la producción de cultivos para procesamiento (Norma CfP) fue el 13 de octubre de 2015 en Colonia, Alemania

ACERCA DE GLOBALG.A.P.

GLOBALG.A.P. es uno de los sistemas líderes de aseguramiento de fincas a nivel mundial, con un claro enfoque sobre el tema de la inocuidad alimentaria, junto con otros aspectos clave de las Buenas Prácticas Agrícolas. Actualmente, hay 155.000 productores en 118 países que cuentan con la certificación GLOBALG.A.P.

La Plataforma de la Iniciativa para Agricultura Sostenible (SAI por sus siglas en inglés) es la iniciativa mundial del sector para ayudar a las empresas alimentarias y de bebidas a lograr una producción sostenible y abastecerse de materias primas agrícolas.





VISÍTANOS EN FRUIT ATTRACTION 2015

28 - 30 Octubre 2015 Madrid, España Stand 8E11, Pabellón 8

www.globalgap.org/events

EL 28 DE OCTUBRE

AFCO presenta en la feria UNIQ, su nuevo sello de calidad para el embajale agrícola de cartón ondulado

Este nuevo sello, tal y como apuntan desde la asociación, es una apuesta del sector para ayudar a la innovación hortofrutícola

FCO acude un año más a la Aferia por excelencia del sector hortofrutícola: Fruit Attraction. En esta edición, en la que se espera que tenga, cuanto menos, el mismo éxito que en años anteriores, la Asociación tiene un interés especial. De este modo, el día 28, y coincidiendo con la primera jornada de Fruit Attraction este año, lleva tiempo marcado en rojo para recordar la importancia de esta cita con la feria.

Después de varios meses de trabajo, y mucha ilusión, AFCO presentará su nuevo sello de calidad UNIQ para el embalaje agrícola de cartón ondulado. Este sello UNIQ es una apuesta del sector para ayudar a la innovación hortofrutícola.

UNIQ ofrece diferenciación y confianza. Pero no sólo eso. Estrena familias de envases, una nueva clasificación en función de los tiempos de transporte y estandarización de medidas, y además implica un comportamiento garantizado de las cajas, su-



■ Caja de cartón con el nuevo sello de calidad UNIQ. /FHALMERÍA



■ Este nuevo sello de calidad ofrece diferenciación y confianza. /FHALMERÍA

jeto a auditorías de calidad en origen y controles en destino.

en descubrir más sobre este nue-

vo producto de AFCO, puede visitar el stand de UNIQ en la fe-Todo aquél que esté interesado ria, en el Pabellón 10, stand

Unica Group cierra la última campaña con 230 millones de kilos comercializados



Parafruts y Agrolevante, los últimos en incorporarse al proyecto. /FHALMERÍA

I. F. G.

Tnica Group cerró la campaña agrícola 2014/2015 con 230 millones de kilos comercializados, alcanzando, de este modo, la cifra que se marcó como objetivo el grupo empresarial al inicio del ejercicio agrícola. Según apuntaron desde Unica Group, el tomate es su producto mayoritario y, de hecho, durante la última campaña, la cooperativa de segundo grado comercializó 80 millones de kilos de esta fruta. Tras el tomate se situaron pepino y pimiento, con 40 millones de kilos cada uno. Sandía, melón, berenjena, calabacín y lechuga son, en menor medida, otros de los productos comercializados por Unica Group.

Con el balance del último ejercicio agrícola, prácticamente, recién hecho, en Unica Group ya se han fijado una nueva meta para la campaña 2015/2016: alcanzar los 260 millones de kilos. Para ello, la firma cuenta con su crecimiento orgánico, tanto en agricultores como con la incorporación de Parafruts y Agrolevante, esta última, además, con nuevos productos para el grupo, como son los cítricos.

En el caso de Parafruts, cuenta con una experiencia de más de 31 años en el sector hortofrutícola almeriense y tiene un volumen de producción de en torno a los 8 millones de kilos y una facturación de 5 millones de euros. En su cartera de productos destacan el tomate pera y rama, así como la berenjena.

DESDE SU STAND EN EL PABELLÓN 9 (C13)

Semillas Fitó presenta hasta diez nuevas variedades de hortalizas

Semillas Fitó participa una vez más en Fruit Attraction. En su stand número C13 del pabellón 9, la compañía mostrará todo su potencial, presentando hasta diez novedades en horticultura profesional, tales y como Amalia (berenjena negra semilarga), Esmeralda (berenjena listada semilarga), Ateneo (tomate ramo), Vimeiro (tomate beef), Luarca (pimiento California rojo),

deses); y en especialidades, ubicadas en la sección del 'Delicious Corner' del stand y dirigidas a las comercializadoras o la distribución con un nuevo dúo rojo-amarillo de pimientos muy dulces.

Además, se presentará su 'Paseo de la fama', en el que se expondrán sus cuatro variedades de mayor éxito en el mercado de Iberia y que son actualmente líderes en sus respectivos segmentos: Estrada (pepino

o Encina y Drago (pepinos holanholandés), el de mayor calidad durante todo el ciclo; Duratom (tomate larga vida), el de mayor postcosecha; Cristal (berenjena negra semilarga), uniforme y de color muy oscuro; y Soberano (pimiento lamuyo rojo), que presenta tanto calidad como postcosecha de fruto.

> Finalmente, el stand tendrá una pequeña sección dedicada a la agroindustria, en la que mostrará su amplio portfolio en verduras congeladas y maíz dulce.



El 'Delicious corner' volverá a ser un espacio destacado en su stand. /FHALMERÍA

EN FORO INNOVA

Grupo Agrotecnología presenta los ensayos de la temporada 2014/2015 con Actium

Además, la empresa también va a participar en Pasarela Innova, espacio en el que va a presentar Politec

Elena Sánchez

Crupo Agrotecnología estará presente en la nueva edición de Fruit Attraction, que se celebra del 28 al 30 de octubre en Madrid, con un stand de 50 metros cuadrados ubicado en el Pabellón 9 (9F11B). Además, la empresa participará, el jueves 29, a partir de las 11:30, en Foro Innova, con el objetivo de presentar los ensayos realizados en la campaña 2014/15 con su producto Actium en diferentes cultivos hortícolas y frutales



Diseño del stand que Grupo Agrotecnología va a tener en Fruit Attraction. /FHALMERÍA

de pepita y hueso. Actium es un potenciador de la coloración natural de los frutos, que tiene acción fisiológica y no hormonal en la planta, no afectando así la vida post-cosecha del fruto, lo que redunda en una mejor comercialización.

PASARELA INNOVA

Asimismo, Grupo Agrotecnología va a participar en Pasarela Innova presentando Politec. Este producto ecológico y natural actúa como un potente atrayente de polinizadores naturales, mejorando el porcentaje de cuaje, precocidad y rendimiento de los cultivos tratados.

Grupo Agrotecnología, en la actualidad, es una iniciativa empresarial pionera y dinámica, que está centrada en la investigación y el desarrollo, con respuestas competitivas, volcada en la búsqueda permanente de aplicaciones tecnológicas de gran eficacia, innovadoras y comprometidas con el medio ambiente.



Mayor peso y calidad en hortícolas con menor aplicación de productos hormonales

Seipasa mostrará en Fruit Attraction sus avances en tecnología natural centrados en bioestimulantes y biopesticidas de última generación

CIA

Los ensayos en campo demuestran la alta rentabilidad de las nuevas formulaciones bioestimulantes de Seipasa. El último caso de éxito ha venido avalado por un estudio en el que se empleó un formulado de última generación con el que se pudo minimizar el uso de productos hormonales logrando igualmente un fruto con mayor peso y calidad.

Los biopesticidas de Seipasa, dirigidos a la obtención de cosechas libres de residuos, también han demostrado su eficacia en hortícolas en diversas investigaciones comparativas con pesticidas sintéticos.

Todos los avances de Seipasa en tecnología natural se darán a conocer en Fruit Attraction 2015 (stand 9C12). Además, el Departamento Técnico desgranará 'Las claves de la bioestimulación' en una charla que tendrá lugar en el Foro Innova

AVANCES EN BIOESTIMULACIÓN

Tras un exhaustivo proceso de investigación, Seipasa ha puesto a disposición de los agricultores productos de gran potencial bioestimulante como son SweetseiTM, diseñado para inducir y favorecer el incremento de azúcares, la maduración y el engorde del fruto; Till-UpTM, que activa los procesos de germinación, enraizamiento y de ahijado en las gramíneas, y Kynetiod®

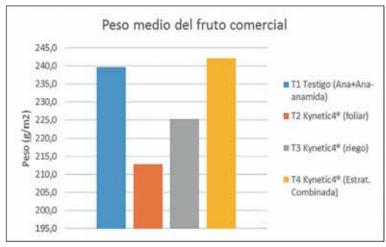
Kynetic4® está especialmente indicado para incrementar la floración, la fertilidad del polen y los niveles de cuajado y se puede aplicar como sinergista de herbicidas, potenciando su efecto, y de abonos foliares, optimizando su absorción. Se trata de una solución esencial para afrontar todo tipo de condiciones de estrés.

EL POTENCIAL DE KYNETIC4®

Precisamente la constante demanda de aumento de rendimientos y



Cultivo de calabacín en un campo de Almería. /SEIPASA



■ GRÁFICO 1. Peso medio del fruto comercial. /SEIPASA

calidad de los cultivos en España y la necesidad de disminuir el uso de productos nocivos para la salud y el medio ambiente es lo que llevó a Seipasa a implicarse en un ensayo dirigido a la activación orgánica de las plantas en el cultivo de calabacín. Kynetic4® fue incorporado a este estudio, cuya finalidad era disminuir el uso de productos hormonales

Para ello, se plantearon cuatro tratamientos distintos: T1, un testigo con la aplicación habitual de dos hormonas (ana + anamicida); T2, aplicación en riego de Kynetic4®, T3, aplicación foliar de Kynetic4®; y T4, aplicaciones combinadas de la hormona y de Kynetic4®, reduciendo la cantidad de hormona aplicada en el T1 casi en un 60%.

Seipasa acercará al productor 'Las claves de la bioestimulación' en una charla que ofrecerá en el Foro Innova

Gracias a la acción de Kynetic4® en riego (T2), se recolectó una producción de calabacín del 89.45% respecto al T1. Con la aplicación de este bioestimulante vía foliar (T3) se obtuvo un 88.58% sobre el T1, mientras que la combinación de Kynetic4®con la hormona (T4) supuso el 97%.

Además, se pudo observar que con el T4 se obtuvo el mayor peso medio del fruto comercial, mejorando el resultado obtenido con el

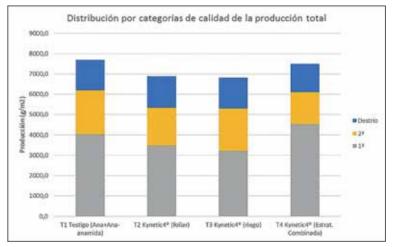


GRÁFICO 2. Calidad de la producción total. /SEIPASA

tratamiento de hormonas habitual (T1). (Gráfico 1)

En cuanto a la calidad del fruto, en el cultivo en el que se efectuó una aplicación combinada (T4) se obtuvo mayor cantidad de frutos de 1ª calidad y menor cantidad de 2ª y 'destrío'. (Gráfico 2)

Seiland® y Seisil™ son otros bioestimulantes con acciones específicas y directas creados por Seipasa. El primero contiene una mezcla de microorganismos que coloniza el nicho ecológico de las raíces creando una barrera biológica beneficiosa para el cultivo. Activa el desarrollo radicular y vegetativo y estimula la actividad de la fauna y flora microbiana del suelo. Por su parte, Seisil™ genera una película protectora bajo la pa-

red celular de hojas y frutos que evita la penetración de hongos patógenos y activa genes que estimulan el sistema defensivo.

SEIPASA EN EL FORO INNOVA

El Departamento Técnico de Seipasa acercará al productor agrícola 'Las claves de la bioestimulación' en una charla que ofrecerá en el Foro Innova de Fruit Attraction 2015. La conferencia tendrá lugar el primer día del certamen, 28 de octubre, a las 11:30 horas. En ella se expondrán los beneficios obtenidos con la 'influencia natural' de los bioestimulantes en los procesos fisiológicos de la planta y su traducción en el aumento cuantitativo y cualitativo de las cosechas.

MEJORANDO DÍA A DÍA

Campoejido presta servicio a más de 2.700 agricultores de toda la Comarca del Poniente

↑ampoejido es un claro ejem-√plo de cooperativa cuyo objetivo es "prestar el mejor servicio posible a nuestros agricultores", según afirmó su presidente, Cristóbal Martín, quien comentó que, hoy por hoy, atienden las demandas de más de 2.700 agricultores socios de, prácticamente, toda la Comarca del Poniente. Para ello, la cooperativa cuenta con seis almacenes de suministros, otras tantas gasolineras y, además, con un semillero recién renovado.

Con respecto a los almacenes de suministros, Martín apuntó que, además de productos fitosanitarios, agronutrientes o abonos adaptados a las demandas de sus clientes, también "contamos con que sistemas de riegos y automatismos". Todo lo necesario para que, campaña tras campaña, cualquiera de sus agricultores socios pueda sacar adelante un buen ejerci-

Junto a ello, Martín llamó la atención sobre sus estaciones de servicio, que abastecen de combustible no sólo a sus agricultores, sino también al resto de ciudadanos a precios muy competitivos.

Desde sus almacenes de suministros hasta su semillero, pasando por las estaciones de servicio, la cooperativa incluye mejoras cada campaña para, de este modo, seguir satisfaciendo las demandas de los productores que confían en ella



La cooperativa inauguró un moderno semillero hace tres años. /I. F. G

"Para nosotros, el objetivo no es lucrarnos con el combustible, sino ofrecer un buen producto a nuestros agricultores a buenos precios" y, de hecho, "compramos a las grandes petroleras", despejando, de este modo, cualquier tipo de duda sobre su calidad.

Por último, el presidente de Campoejido se refirió a su semillero, modernizado y ampliado hace ahora tres años y que presta servicio

a un gran número de agricultores. Si bien es cierto que, en estos momentos, "tenemos menos trabajo", también lo es que, este año, "vamos a batir nuestro récord de ventas y estaremos por encima de los 5.5 millones de euros de facturación". Para lograr estos números, en el semillero de Campoejido han trabajado este año en torno a 24 millones de plantas.

Es tal la confianza que los pro-



ductores del Poniente han depositado en este semillero que, apenas tres años después de su inauguración, sus más de 36.000 metros cuadrados ya se han quedado pequeños y, de hecho, según confirmó Martín, "estamos trabajando en un proyecto de ampliación". De momento, la cooperativa cuenta con unos 10.000 metros cuadrados de superficie en la zona norte de El Ejido, justo donde comenzó a fun-

cionar, y, si todo sigue su curso, "tenemos la posibilidad de hacernos con algo más de terreno". El objetivo es que este nuevo semillero esté en marcha en 2017.

En las últimas campañas, Campoejido no ha hecho más que crecer. Tal y como apuntó su presidente, de media, "incorporamos unos 120 ó 130 socios al año", de ahí que, además, sigan trabajando por mejorar sus servicios.



BALANCE DE LAS OCHO JORNADAS

La campaña 'I Love Bichos' conciencia al agricultor en la práctica habitual del control biológico

HORTYFRUTA cumple con su objetivo de implicar a los productores de Almería y Granada en el uso de esta técnica de cultivo

Elena Sánchez

a campaña 'I Love Bichos' Illevada a cabo por la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía ha concluido con éxito. Tras ocho jornadas realizadas en las provincias de Almería y Granada, con el fin de concienciar a los agricultores en la implantación del control biológico, se ha logrado abrir diferentes foros de debate entre especialistas en técnicas de lucha biológica y productores. De hecho, durante estas charlas, las empresas han aportado su conocimiento y han dado a conocer las últimas novedades comercializadas en el mercado, mostrando su confianza en el proyecto y la necesidad de ese punto de encuentro con el agricultor.

Agrobío ha sido una de las entidades que ha estado colaborando en este ciclo y afirma que "el control biológico está siendo uno de los avances más importantes desarrollados en los cultivos intensivos bajo plástico". De hecho, aseguran que, con esta

campaña, "hemos podido comenzar un camino hacia la concienciación de todo el sector para romper el uso estacional del control biológico y convertirlo en una práctica habitual en todos los cultivos durante el año completo".

En el caso de Koppert, otra de las entidades que han formado parte de estas jornadas, tienen claro que "el control biológico no tiene marcha atrás, ya que es nuestro mejor argumento de calidad en los mercados de destino. El sector hortofrutícola de Almería y Granada está haciendo una firme apuesta por la producción ecológica y sin residuos para responder a las demandas de los consumidores, además de que es la mejor vía para diferenciarnos, comercialmente, y mejorar la competitividad de nuestras producciones".

Muy ligada a este pensamiento se encuentra la opinión ofrecida, también, por Syngenta, casa de semillas que no ha dudado en apoyar la campaña, ya que considera que "Almería y Granada son un referente en materia de control biológico. Están cumpliendo con los controles de calidad más exigentes y, por nuestra parte, seguiremos investigando para ofrecer soluciones innovadoras".



Las jornadas se han llevado a cabo tanto en la provincia de Almería como de Granada. /FHALMERÍA

Estas ocho jornadas no se podrían haber llevado a cabo sin un asesoramiento técnico a la hora de diseñar los contenidos de las charlas, consejos que se han realizado por parte de Cajamar Caja Rural, entidad que valora "positivamente esta acción, ya que la campaña se ha convertido en un punto de encuentro del sector donde se han presentado todas las novedades y se ha analizado cómo mejorar el éxito del control

biológico en los diferentes cultivos".

Y es que, la campaña 'I Love Bichos' tampoco podría haber tenido la calidad con la que ha contado sin la colaboración de Biobest, empresa que asegura que "con estas jornadas se han cumplido los propósitos de informar y recordar al público objetivo la necesidad de realizar este tipo de técnica de cultivo en sus cosechas permitiendo esto lanzar al mercado productos reconocidos

por su calidad, respeto al medio ambiente y garantías sanitarias".

Finalmente, Biocolor, firma dedicada también al control biológico, concluye asegurando que "este ciclo ha sido un trabajo en equipo entre técnicos y agricultores. Estamos continuamente trabajando con nuevas fórmulas para aportar soluciones al sector y hay una buena predisposición a aplicar novedades en materia de control biológico y eso, sin duda, hace mucho".

HISPATEO

'Hortisys', nueva solución integral para gestión técnica y agronómica de cultivos

■ E. S. G

Haño, en Fruit Attraction, con el fin de presentar 'Hortisys', la nueva solución integral para gestión técnica y agronómica de los cultivos en las explotaciones agrícolas. De hecho, desde la empresa han dado a conocer que se trata del primer sistema integrado que utiliza sensores de planta, suelo, clima y meteorológicos, así como otros sistemas

de captura de datos en campo y modelos de previsión climática que autoaprenden con el microclima de la zona, para tener un diagnóstico exacto del estado de sus cultivos y ayudar a los técnicos de campo, agricultores avanzados y entidades comercializadoras a tomar decisiones claves para su negocio.

Y es que, esta nueva solución integral tiene un nivel de detalle elevado, puesto que se puede actuar en el momento o anticipadamente en caso de darse los condicionantes de una plaga, por ejemplo, prever el momento óptimo de cosecha, aportar los nutrientes exactos que necesita la planta o generar alertas personalizadas. 'Hortisys' es, incluso, capaz de alertar sobre condiciones propicias para generar virosis con días de antelación.

En paralelo a este sistema, Hispatec se encuentra embarcado en dos desarrollos más, 'Modelcrop' y 'Reto Riego Asesor'.



Esta nueva solución integral tiene un nivel de detalle elevado. /HISPATEC

ZERAIM IBÉRICA

Karelya, un cherry redondo con la calidad y el sabor para convertirse en un referente en su segmento

Con el lanzamiento de esta variedad, la empresa responde a las demandas de toda la cadena, desde el productor al consumidor

a demanda de productos perecederos de alta calidad sigue aumentando. Dentro de las hortalizas, este creciente interés por el sabor es muy notable en el tomate. Si hay algún tipo de tomate donde la calidad ha sido una referencia, éste es el tomate cherry, cuyo consumo está ampliamente distribuido por todos los mercados y, en especial, el europeo.

Desde Zeraim Ibérica siguen atentamente la evolución de las tendencias de consumo y los hábitos alimenticios de la población.



■ Karelya tiene un color rojo intenso y brillante, además de un gran sabor.

De hecho, es su apuesta seguir trabajando en el desarrollo de nuevas variedades de tomate que puedan satisfacer las necesidades de toda la cadena de valor, desde el productor, el comercializador y el su-

permercado hasta el consumidor. En este sentido, para este año, Zeraim Ibérica presenta como novedad la variedad Karelya (601965) en el segmento de tomate cherry redondo.



■ Tiene buena adaptabilidad a las fechas y condiciones de cultivo de distintas zonas.

buena adaptabilidad a las fechas y condiciones de cultivo de las principales zonas productoras. Desde la empresa destacan su calidad de producto, por su color rojo intenso

Karelya (601965) presenta una y brillante y por su sabor, junto a las componentes agronómicas, todo lo cual confiere a Karelya (601965) unas excelentes oportunidades para ser un referente en el tomate cherry en los próximos años.





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.



SQM trabaja con la tecnología más avanzada para lograr soluciones innovadoras y sostenibles

Esta apuesta por la innovación continua ha llevado a la empresa a mejorar sus procesos productivos para reducir su impacto ambiental

■ CIA

En SQM tienen un compromiso doble: por un lado, con sus clientes, agricultores de todo el mundo, y, por otro, con el medio ambiente. De ahí que, según afirman desde la compañía, se encuentren en una búsqueda permanente de recursos y, por ende, productos, que satisfagan las demandas del sector productor y, a su vez, lo hagan de la forma menos perjudicial posible con el en-

En este sentido, desde la empresa insisten en que el proceso productivo para la obtención de su nitrato potásico emite hasta un 40% menos de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en comparación con el empleado por el resto de productores de nitrato potásico del mundo, lo que equivaldría, según un estudio llevado a cabo por Arthur D. Little en 2014, a la retirada de la carretera de hasta 155.000 vehículos de gama media al año. Además, y de acuerdo con el mismo estudio, la huella de carbono del nitrato de potasio de SQM emite hasta un 50% menos de GEI que una mezcla funcionalmente equivalente de nitrógeno y potasio que contenga fertilizantes con base de nitrato de amonio y sulfato de potasio.

LOS RECURSOS

Las plantas productivas de la empresa se encuentran en el Desierto de Atacama, en Chile, ubicado entre la primera y segunda región del país andino, y donde SQM cuenta con acceso exclusivo a reservas naturales de gran magnitud y calidad; es más, ésas son las reservas de yodo y nitrato más extensas que se conocen en el mundo y, además, las que cuentan con más altas concentraciones de litio y potasio de las que se tenga constancia actualmente. De ahí que, en SQM in-



La empresa cuenta con una amplia gama de productos adaptados a las necesidades de los agricultores y respetuosos con el medio ambiente. /FHALMERÍA



Las plantas productivas de SQM se encuentran en el Desierto de Atacama.

sistan en que sus recursos naturales "son fundamentales para ofrecer los mejores productos a sus clientes". Y es que, según afirman desde la empresa, su motivación no es otra que "contribuir al crecimiento del negocio de nuestros clientes, que se desarrollen y que juntos construyamos una industria de calidad y rentabilidad".

Precisamente por ello, la inversión en I+D es uno de los pilares sobre los que se sustenta SQM y que, unida a la asesoría jurídica de especialistas agrícolas y a su completo catálogo de productos, le ha valido para contar con la confianza de sus clien-

SOBRE LA EMPRESA

SQM Iberian es líder desde hace más de 25 años en Nutrición Vegetal de Especialidad en España, un mercado para el que la empresa cuenta con un amplio catálogo de productos adaptados a las necesidades de los productores locales. Este liderazgo, insisten desde SQM Iberian, se debe, sobre todo, a su "compromiso" con el sector, que "va más allá de la sola entrega de productos excepcionales" y se debe, además, a "la alta calidad de sus soluciones nutricionales y a un servicio postventa impecable".

Desde SQM Iberian insisten en que el nitrógeno es el mineral más importante en la nutrición de las plantas. Es constituyente de aminoácidos, proteínas y ácidos nucleicos y, por tanto, fundamental para el crecimiento, tanto en su

fase de división como de elongación celular.

El potasio, por su parte, tiene un rol en la economía del agua y en el mantenimiento del potencial de la solución en las células en general. También regula la apertura y el cierre de las estomas, activa numerosos sistemas enzimáticos y participa en el transporte de los hidratos de carbono y en la síntesis de las proteínas. Este rol está directamente relacionado con la calidad y la producción de los cultivos.



■ El proceso para la obtención de su nitrato potásico emite hasta un 40% menos de GEI.



Nuestro compromiso:

menor impacto, más sostenible

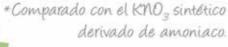
El proceso productivo del nitrato de potasio de SQM emite hasta un

menos de emisiones de GEI*,

lo que equivaldría a retirar de la carretera ihasta

155.00 vehículos >

de gama media al año!



MATERIAS PRIMAS





NITRATO DE POTASIO





El nitrato de potasio es una importante fuente de nitrógeno y potasio – dos macronutrientes esenciales para la vida vegetal. Gracias tanto a su biodisponibilidad como fuente de nitrógeno y a su solubilidad en agua, el nitrato de potasio es particularmente recomendado para la fertirrigación en la horticultura moderna.

Además de todas estas ventajas, el uso de nitrato de potasio producido por SQM, obtenido a partir del Caliche y Salmueras naturales mediante procesos amigables con el medio ambiente, como pozas de evaporación solar, contribuye mayormente a la sostenibilidad global en comparación de su contraparte sintética derivada de amoníaco.

Considerando todos estos antecedentes, el proceso productivo del nitrato de potasio de SQM emite hasta un 40% menos de Gases de Efecto Invernadero (GEI) comparado con los principales productores de nitrato de potaslo en el mundo, lo que equivaldría a retirar de la carretera Ihasta 155,000 vehículos de gama media al añol

Fuente: Arthur D. Little BENELUX, 2014

RATO DE POTA

SQM IBERIAN, S.A. Telf: (+34) 934 877 806; Fax: (+34) 902 412 459 E-mail: spn-spain@sqm.com



ENTREVISTA

FRANCISCO BELMONTE PRESIDENTE DE BIOSABOR

"Producimos y comercializamos alimentos ecológicos, sanos, saludables y 100% naturales"

CIA

Pregunta.- ¿Qué balance hace de la pasada campaña horto-frutícola 2014/2015?

Respuesta.- En la campaña 2014/2015 hemos superado, con creces, el volumen de la campaña anterior, alcanzando los 28 millones de euros de facturación. Además, el número de toneladas que hemos movido ha sido de 20.000, por lo que hemos crecido en torno al 20 por ciento en kilos con respecto al ejercicio agrícola anterior.

P.- ¿Con cuántos productores han trabajado en el ejercicio agrícola 14/15?

R.- Hemos trabajado con un total de 30 productores.

P.- ¿Qué previsiones de crecimiento tienen de cara a la presente campaña?

R.- Con respecto a las previsiones de crecimiento, al incorporarse definitivamente las nuevas instalaciones de Retamar, creemos que estaremos en torno a un incremento de entre el 10 y el 15 por ciento.

P.- ¿Tienen previsto ampliar la gama de productos en fresco con algún producto?

R.- Sí, con tomate pera. Además, vamos a crecer en pimiento Palermo y en las variedades de Angelle y, sobre todo, de Piccolo.

P.- ¿Qué novedades presentan en cuanto a productos de IV y V Gama?

R.- En la V Gama estamos investigando en la línea de alimentación funcional y próximamente lanzaremos un producto muy novedoso y revolucionario en la Dieta Mediterránea ecológica.

P.- Como ya explicaron el pasado año, apuestan fuerte por los alimentos funcionales, ¿no es así?

R.- Efectivamente. Nuestra línea, en general, está enfocada en la salud de nuestros consumidores a través de alimentos ecológicos de producción propia, sanos, saludables y cien por cien naturales.

P.- Respecto a sus nuevas instalaciones, ¿cómo están funcionando y qué beneficios les han reportado a nivel productivo?

R.- Con las nuevas instalaciones mejoramos en imagen, comodidad y espacio para los trabajadores, lo que repercutirá en bienestar y motivación del personal y, en consecuencia, en una mejora para la empresa en cuanto al ahorro de costes.

P.- ¿Preparan alguna novedad en cuanto a nuevos productos, formatos o instalaciones para la presente campaña?

R.- Sí, el lanzamiento en la feria Fruit Attraction de un producto nuevo en el mercado, concretamente perteneciente a nuestra V Gama de productos ecológicos preparados y listos para tomar, en línea con las tendencias sociodemográficas de consumidores preocupados por su salud y con poco tiempo para comprar y cocinar alimentos saludables.

P.- ¿Tienen previsto ampliar sus canales comerciales a otros mercados?

R.- Nuestras principales líneas comerciales son internacionales, aunque estamos enfocados en desarrollar el mercado nacional a través de la concienciación en hábitos de vida saludables y de alimentación ecológica del consumidor español, cada vez más equiparado al resto de consumidores europeos, en cuanto que priman en su cesta de la compra los alimentos naturales, ecológicos y sin productos químicos.

P.- Están, por lo tanto, muy comprometidos con inculcar la necesidad de llevar una dieta sana para que repercuta positivamente en la salud de sus consumidores.

R.- Así es. La empresa tiene en plantilla una nutricionista, que dirige el Departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i), con la que se pretende crear nuevos productos y seguir en la línea de alimentación funcional continuando con nuestro compromiso con la salud y el bienestar del consumidor y coor-



Francisco Belmonte, presidente de Biosabor. /FHALMERIA

dinando un proyecto de investigación del que pronto daremos más datos; también realiza conferencias en foros especializados, tanto nacionales como internacionales. Además, asimismo, interactúa desde la sección de la página web de la empresa www.biosabor.com/nutricion-momento-a-momento/ con artículos formativos sobre nutrición y alimentación. Con estas publicaciones lo que se pretende es nada menos que formar al consumidor en hábitos de alimentación saludables y como medio de prevención de enfermedades, así como ofrecer una consulta online para las posibles preguntas o dudas que puedan surgir. Esta formación en hábitos de alimentación saludables es el granito de arena que Biosabor aporta a la socie-



Cultivo de tomate de Biosabor. /FHALMERIA

'SABORES DE VANGUARDIA'

Los productos de Almería volverán a tener presencia en Fruit Fusion

Biosabor y la casa holandesa de semillas Rijk Zwaan, con sede en la provincia, ponen sus productos al servicio de los mejores chefs nacionales

Isabel Fernández

Fruit Fusion, el espacio gastronómico para el canal HORECA volverá a convertirse en una cita obligada en el marco de la séptima edición de Fruit Attraction y, cómo no, una edición más, contará con representación de los poductos de Almería, gracias, en estas ocasión, a la participación de Biosabor y de la empresa de semillas holandesa Rijk Zwaan, también instalada en Almería.

El objetivo de este espacio, que cuenta con la colaboración del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, es la divulgación e interpretación de los mejores productos de la huerta española y ponerlos, así, al servicio de la cocina. De este modo, Fruit Fusion se convierte durante tres días en una plataforma única de promoción para incentivar el consumo de frutas y hortalizas, especialmente en el canal HORECA.

Para ello, en esta nueva edición, el espacio gastronómico contará con la participación de reconocidos chefs nacionales, tales como Koldo Romero que cuenta con una Estrella Michelín en su haber, Fran Castell, maestro pastelero, Jordi Ferrer, profesor de la Escuela de Máster Chef, o David Muñoz, entre

elaborar sus platos con la mejor materia prima posible, los productos hortofrutícolas nacionale, entre ellos, y además de los aportados por Biosabor y Rijk Zwaan, los ofrecidos por Agrícola Santa Eulalia, la onubense Cuna de Platero, Copandina, Tierra de Sabor, SAT Frutas, M.G. Pera Conferencia del Berro, el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida (DOP) Kaki Ribera del Xúquer y las casas de semillas Sakata y Tozer Seeds, entre otros.

Entre las actividades y demostraciones previstas, Fruit Fusion acogerá diferentes showcookings que mostrarán infinitas posibilidades gastronómicas para las frutas y hortalizas, entre ellas, y por citar sólo algunos ejemplos, el brócoli, las berries, granadas, manzanas, remolacha y, cómo no, pimientos, entre otros.

ACTIVIDADES

La participación de las empresas almerienses en Fruit Fusion, que este año se celebra bajo el lema 'Sabores de vanguardia', tendrá lugar el jueves, día 29, en el caso de Rijk Zwaan, y el viernes, día 30, será el turno de Biosabor. En el caso de la multinacional de semillas, el protagonista será su pimiento Sweet Palermo, un pimiento único por su dulzor y aroma y que, sin lugar a dudas, es un ingrediente ideal para añadirlo en fresco a las ensaladas, pero no sólo eso, también frito y asado. Para demostrarlo, Rijk Zwaan



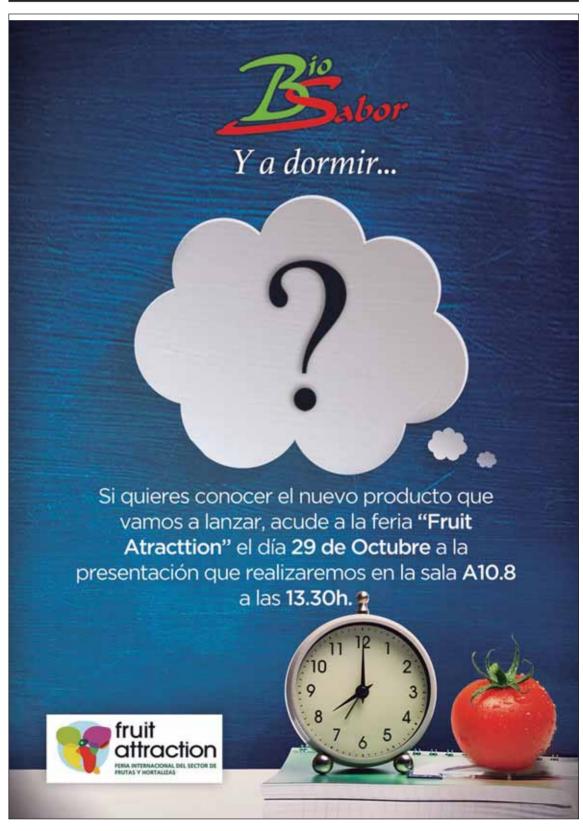
José Álvarez, chef de La Costa, protagonizó un showcooking en 2014. /I. F. G.

otros. Todos ellos contarán para elaborar sus platos con la mejor lada a base de Sweet Palermo. La demostración tendrá lugar a las demostración tendrá lugar a las 15:00 horas en el espacio de Fruit Fusion, que este año se ubica entre los pabellones 8 y 10 de IFE-Zwaan, los ofrecidos por Agrí-

Ya el viernes, 30 de octubre, llegará el turno de Biosabor, que, a partir de las 14:00 horas, mostrará su trabajo en innovación alimentaria y que, en su caso, se ha traducido en sus exitosos gazpachos. La cocina se pone, en esta ocasión, al servicio de los productos de la huerta para demostrar que no todo está inventado y que las frutas y hortalizas nunca dejan de sorprender.



Las demostraciones de cocina se sucederán durante tres días. /I. F. G.



"Para esta campaña, volvemos a crecer por encima del 10% en agricultores, superficie y producción"

La cooperativa vicaria espera sumar 230 millones de kilos procedentes de las más de 1.600 hectáreas en manos de sus 800 agricultores socios

■ Isabel Fernández

Vicasol afronta la campaña 2015/2016 con muy buenas expectativas y, de hecho, según afirmó su gerente, José Manuel Fernández, en esta ocasión, "volvemos a crecer por encima del 10%". "Crecemos tanto en agricultores socios como en superficie de cultivo y, por tanto, también en producción", comentó y concretó que, tanto es así que "iniciamos la campaña con algo más de 800 agricultores socios, una extensión de cultivo superior a las 1.600 hectáreas cultivadas y una producción esperada que se acerca a los 230 millones de kilos".

Todos estos datos cobran aún mayor relevancia si, como explicó Fernández, se tiene en cuenta que "Vicasol es una cooperativa de primer grado, cercana al agricultor, que colabora con él planificando sus cultivos, en sus plantaciones, ofreciéndole distintos servicios". Pero no sólo eso. La cooperativa que preside Juan Antonio González cuenta, además, con cuatro áreas de envasado en las que. de media, en las épocas altas de la campaña pueden emplearse hasta 2.000 personas. "Con todo ello ofrecemos a nuestros clientes un producto diferenciado y de calidad", afirmó Juan Antonio González. Y es que "Vicasol no es una empresa comercial que vende lo que otros producen, Vicasol es el productor, el envasador y el ven-

En esa apuesta clara y firme por la diferenciación, Vicasol ha puesto en marcha dos nuevas líneas de negocio. Así, desde la campaña pasada, la cooperativa elabora sus propios gazpacho y salmorejo, dos productos que "han funcionado muy bien" y, es más, "son una apuesta de Vicasol por el negocio de futuro". Junto a ellos, Vicasol aprovechará su participación en Fruit Attraction para presentar otros ocho productos de segunda



■ Vicasol emplea, de media, en los puntos más fuertes de la campaña hasta a 2.000 personas que trabajan para ofrecer un producto diferenciado. /1. F. G.



La cooperativa ha abierto esta campaña un almacén en la zona de Níjar donde trabajan producto ecológico. /Rafa Villegas

gama que prevén poner en el mercado en breve, entre ellos "tomate frito, pimientos asados o pisto".

Por otro lado, en esta campaña, Vicasol ha puesto en marcha un almacén de ecológico en la zona de Níjar. En este primer año, y según apuntó su presidente, "tenemos 30 hectáreas en cultivo y otras 50 en reconversión"; sin embargo, de momento, "lo importante para nosotros no es la cantidad, sino el buen trabajo que podamos hacer". La

cooperativa decidió poner en marcha esta nueva línea de producto porque así lo demandaban sus clientes y, de hecho, hoy por hoy, prevén destinar este género a los mercados, fundamentalmente, del centro y norte de Europa, "aunque lo estamos ofreciendo a la totalidad de nuestros clientes".

Entre los objetivos marcados por Vicasol para esta campaña destaca, además, la apuesta firme y decidida por mercados como Estados Unidos, Canadá y los Emiratos Árabes.

BALANCE CAMPAÑA

Si bien es cierto que la cooperativa que preside Juan Antonio González tiene muy buenas expectativas para esta nueva campaña, también lo es que ya el último ejercicio cerrado fue, una vez más, un ejercicio en positivo para Vicasol. "Debemos estar satisfechos", afirmó Juan Antonio González, ya que "hemos asimila-

do un crecimiento cercano al 15% y todo ha funcionado perfectamente". González recordó que "abrir el nuevo centro de El Ejido ha sido todo un reto y, al final, podemos decir que todo ha salido según lo esperado". Tanto es así que, "para esta campaña, prevemos hacer un volumen cercano a los 35 millones de kilos en este almacén".

Este continuo crecimiento de Vicasol es fruto, "sin lugar a dudas, de un trabajo bien hecho". "Somos muy exigentes con lo que hacemos, sabemos cómo mejorar cada día y lo hacemos" afirmó, por su parte, José Manuel Fernández, quien añadió que "vemos claro que esta línea garantizará el futuro de esta actividad para la cooperativa y para sus agricultores".

Con esta filosofía de trabajo, Vicasol participa un año más en Fruit Attraction, un evento que, para su gerente, "se está convirtiendo en un referente" y donde "cada año aparecen nuevas tendencias". Para Fernández, "una cooperativa como la nuestra debe estar allí mostrando toda su dimensión y aprendiendo de las nuevas tendencias y líneas de negocio". Ése es, de hecho, uno de los objetivos marcados por Vicasol, aprender, y, cómo no, "mostrar a los clientes lo que hacemos".



MARÍA DEL CARMEN ORTIZ . CONSEJERA DE AGRICULTURA, PESCA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

"Las 400 nuevas hectáreas construidas van a producir en torno a 40 millones de kilos más"

Isabel Fernández

La consejera andaluza de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Ma Carmen Ortiz, se refiere al "crecimiento sostenido" de la agricultura provincial y prueba de ello son esas 400 nuevas hectáreas puestas en marcha durante la pasada primavera y los meses de verano. Para Ortiz, el futuro del sector pasa por la innovación y, cómo no, por la incorporación de jóvenes a la actividad agrícola.

Pregunta.- En primer lugar, enhorabuena por su nuevo cargo. ¿Qué supone para usted asumir una Consejería tan importante para Almería como es la de Agricultura?

Respuesta.- Para mí es un orgullo y una gran responsabilidad. Voy a responder con todo el trabajo y esfuerzo para estar a la altura de las circunstancias. El sector agrícola almeriense es uno de los motores económicos para Andalucía, generador de riqueza y con una gran experiencia innovadora y exportadora. Hay que trabajar conjuntamente entre todos, para que, a través del diálogo, la cooperación y una interlocución fluida podamos ir avanzando para resolver problemas y alcanzar nuevas metas.

P.- El hecho de que sea de Almería hace que, dentro del sector, tengan muchas más esperanzas puestas en su gestión. ¿Supone esto algún tipo de presión para usted?

R.- El compromiso de la presidenta Susana Díaz era que Almería estuviera representada en el Consejo de Gobierno y, evidentemente, ningún sector mejor para estar al frente que el agrícola, puntero en esta provincia. Agradezco la acogida de todos los sectores almerienses, que han mostrado su satisfacción, primero, porque el Gobierno andaluz contara con un representante almeriense y, segundo, por estar a cargo de una cartera con competencias tan importantes como la agricultura, pesca y el desarrollo rural. Ahora espero responder a las expectativas. Por ser de Almería sé de las dificultades por las que los agricultores atraviesan a lo largo de la cam-



paña agrícola. En sus tomas de decisiones, desde la selección del cultivo hasta la entrega de la producción en las comercializadoras, influyen factores que determinan el resultado de su esfuerzo. Para acompañar en este proceso y poder dar respuesta a sus demandas y necesidades, no hay mejor camino que el diálogo y el trabajo en equipo.

P.- A finales del pasado mes de julio hizo balance de la última campaña agrícola, un ejercicio que calificó de positivo, en general, pero que, según usted misma afirmó, vino a confirmar la pérdida de rentabilidad para el agricultor. ¿Qué más le queda por hacer al productor de Almería para que, con el tiempo, no hablemos de esa pérdida de renta?

R.- En ese balance de campaña hablé de que la situación económica y financiera de los agricultores era muy diferente en unos casos y en otros. Es un hecho que ha habido una pérdida generalizada de la renta por hectárea de cultivo, una mayoría de los agricultores ha conseguido superar esta dificultad aumentando su rendimiento por hectárea y/o la superficie invernada, de esa manera se pueden mantener los ingresos anuales de las explotaciones. Pero sabemos que hay agricultores con dificultades para des-

arrollar nuevas inversiones en sus invernaderos, o no han tenido en cuenta en años anteriores la necesidad de incorporar innovación en sus sistemas de cultivo. No obstante, una mayoría está abordando la problemática del estancamiento de precios y la subida de los costes de producción de una manera muy positiva, tenemos que animar a todos, ya que, en un mundo tan competitivo como el que tenemos, no es posible mantener una explotación agraria sin una continua mejora de los medios de producción, como pasa en cualquier otra actividad económica.

P.- Desde COAG Almería cifraron en unos 2.000 millones de euros la deuda que pesa sobre los agricultores de la provincia, si bien instaron a la Junta a hacer sus 'propios números'. ¿Cuentan con ellos? ¿Han analizado la deuda contraída por los productores de Almería?

R.- No tenemos los datos ni la metodología empleada en la evaluación de la deuda realizada por COAG. Sabemos, como pasa en cualquier actividad, que siempre hay una parte de financiación, esto no es malo, incluso algunos analistas dirían que es aconsejable tener esa financiación para poder abordar la actividad agraria. Pero

esta financiación debe estar dimensionada de acuerdo con las necesidades y no debe ser tan elevada que impida realizar otro tipo de inversiones

P.- Crecen las exportaciones, crece el volumen comercializado... Pero la renta del productor cae. ¿Cuál es el error que se sigue cometiendo?

R.- No se está cometiendo ningún error, como ya he comentado, se están abordando mejoras tecnológicas que permiten superar los rendimientos por hectárea de hace años y con ello podemos aumentar los ingresos a pesar de que los precios se mantengan constantes. Esta estrategia la están llevando a cabo la mayoría de los productores, por eso la facturación y las producciones están aumentando. El mensaje que quería transmitir es que no podemos bajar la guardia y estar constantemente incorporando nuevas tecnologías e innovación para poder mantener la rentabilidad en nuestro sector.

P.- ¿Qué expectativas tienen puestas en la campaña 2015/2016?

R.- Creemos que el pimiento, calabacín y berenjena van a continuar fuertes y pueden aumentar su superficie. El resto de productos pueden mantenerse o disminuir algo su producción. Comenzamos la campaña con mucha planta incluso todavía en el semillero y es dificil realizar una proyección. Lo que es seguro es que las 400 nuevas hectáreas construidas esta primaveraverano van a producir en torno a 40 millones de kilos más de hortalizas que habrá que comercializar adecuadamente en los mercados.

P.- ¿Cómo cree que podría afectar a las producciones almerienses la prórroga del veto ruso?

R.- El mercado ruso es pequeño aún pero con un futuro impresionante. La situación del veto nos está impidiendo establecer estrategias comerciales en ese país con tanto potencial de manera adecuada. No obstante, tenemos que estar pendientes y hacer un seguimiento de nuestra competencia, que no tiene veto y que está exportando actualmente a Rusia, debemos estar preparados para que en cualquier momento podamos incorporarnos a las ventas a este país si la situación política mejora.

P.- ¿Debe Almería abrirse a nuevos mercados más allá de los europeos? ¿A cuáles?

R.- El mercado de Canadá y Estados Unidos podía ser muy importante, pero las barreras fitosanitarias nos lo impiden, por lo que llevamos varios años con un mercado en la práctica muy cerrado. Los mercados asiáticos de alta calidad y Oriente Medio son una posibilidad importante para nuestras hortalizas, aunque el volumen hasta ahora ha sido muy limitado, incluso países como Holanda lo han hecho por nosotros, o sea han reexportado nuestros productos a China o Singapur. Sería muy interesante que las empresas decidieran hacer la exportación directa desde Almería, tal como hacemos con el resto de la producción; sin embargo nuestro mercado natural al 95 % es todo el mercado europeo.

P.- El sector ha trabajado en los últimos años por la concentración de la oferta, sin embargo, no cabe duda de que hay que seguir haciendo esfuerzos en este sentido. ¿Continúa la Junta de Andalucía incentivando este tipo de movimientos?

R.- Las OPFH han sido las empresas que más han concentrado la oferta en los últimos años. Existen ejemplos de OPFH que facturaban hace 10 años 30 millones de kilos y actualmente están en 150 millones, y como éste hay varios casos, por lo que es cierta la afirmación de que ha habido una concentración de la oferta real y que se han hecho hasta la fecha todos los esfuerzos posibles, tanto por parte de la Administración como por parte del sector. Cada año, las OPFH invierten cerca de 90 millones de euros en mejorar sus sistemas de calidad y producción, de los cuales la Consejería de Agricultura gestiona 45 millones de subvención. Este dinero, sin duda, ha ayudado a captar muchos más agricultores y socios a las entidades que son Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas y ha sido una de las razones por las que han aumentado tanto las toneladas comercializadas y, por tanto, se ha concentrado la oferta en menos manos. Lo que ha sucedido también es que ha habido una proliferación de nuevas empresas de comercialización hortofrutícola de tamaño pequeño; en nuestro caso, se han registrado más de 40 en los cuatro últimos años. Habría que analizar por qué, pero sería posible que el abastecimiento a determinados mercados secundarios sea la razón para la creación de estas empresas. Tenemos que ver si el grado de concentración al que hemos llegado puede seguir avanzando y las herramientas que la Consejería de

Agricultura pone a disposición del sector van a seguir manteniéndose.

P.- ¿Hasta qué punto sigue siendo esencial seguir unificando la oferta local?

R.- No se puede forzar más allá de lo que las empresas no quieran o no deseen hacer, también quizás porque el mercado así se autorregula; no obstante, nosotros seguiremos insistiendo en la importancia de una estrategia de concentración. Pero en la Consejería no olvidamos que una buena gestión técnica, financiera y comercial de cooperativas, SAT y alhóndigas es tan importante como la propia estrategia de la concentración. No sirve de nada concentrarse si las empresas resultantes no son estructuralmente fuertes y resistentes, eso es prioritario.

P.- Recientemente anunció la puesta en marcha de un Foro Andaluz Hortofrutícola. ¿Cuáles serían sus objetivos?

R.- Efectivamente, entre las principales actuaciones que tenemos previstas para la presente legislatura se encuentra la puesta en marcha de un Foro de Interlocución para el sector hortofrutícola que esperamos que proporcione el mejor escenario posible para diseñar una estrategia de apoyo a este sector de cara al futuro. Desde la Administración haremos lo que esté en nuestra mano por ofrecer a los productores el marco más propicio para que sus explotaciones, industrias y empresas agroalimentarias mejoren en rentabilidad y se abran a nuevos mercados que ofrezcan posibilidades de



La consejera durante una intervención en la Comisión de Agricultura del PE. /FHALMERÍA

negocios que hasta ahora no se contemplaban. Para que sigan apostando por el carácter innovador y exportador que caracteriza a la producción hortofrutícola andaluza y que tan buenos resultados está aportando. Y en eso vamos a trabajar pero, obviamente, necesitamos que los productores se impliquen en este objetivo y colaboren con nosotros mano a mano. Por esta razón, les pido que unan sus fuerzas a las nuestras para posicionar a Andalucía en lo más alto de los mercados, el lugar donde merece estar.

P.- Usted conoce muy bien la agricultura de Almería. ¿Por dónde pasa su futuro?

R.- En los últimos años ha habido un continuo aumento de producción, de rendimientos, de superficie de control biológico, de superficie de invernadero, de referencias ofrecidas a los clientes, etc..., por lo que todos los datos que tenemos son favorables y hablan de un crecimiento sostenido. Soy optimista y creo que esa va a ser la línea que seguirá Almería en los próximos años. P.- Por último, y a título personal,

P.- Por ultimo, y a titulo personal, ¿cuál es el mayor objetivo que se ha marcado para los cuatro años que, en principio, estará al frente de Agricultura?

R.- El objetivo principal es conseguir que la agricultura andaluza siga siendo motor económico, pujante y activo. En este sentido, creo que hay que trabajar con dos premisas fundamentales: la innovación en el sector y la incorporación de jóvenes a la actividad agraria. Y para ello considero crucial que trabajemos desde una planificación coordinada v ordenada de las estrategias que hay que impulsar, enmarcadas siempre en una constante interlocución con el sector agroalimentario. Éste es el camino para lograr que nuestro sector se sitúe socialmente en el lugar que le corresponde y se le valore por su contribución y su papel en el desarrollo económico de nuestros territorios.



JOSÉ ANTONIO BAÑOS PRESIDENTE DE EJIDOMAR SCA

"La clave del éxito de Ejidomar está en la fidelidad de sus socios y su espíritu innovador"

CIA

En el año 1975 se crea en el sur de España, en Almería y junto al mar Mediterráneo, Ejidomar, una asociación de productores agrícolas unidos con el fin de comercializar su propio producto. Desde entonces la cooperativa ha seguido una trayectoria ascendente con un objetivo prioritario, el de permanecer en los mercados más exigentes en calidad.

El presidente de Ejidomar, que el próximo año cumplirá una década al frente de la cooperativa, expone la evolución de la comercializadora que celebra estos días su 40° Aniversario. Un crecimiento que ha sido posible principalmente gracias al apoyo de sus agricultores socios pero también al esfuerzo y dedicación de todas las Juntas Rectoras.

Pregunta.- Ejidomar es una de las cooperativas más veteranas del sector hortofrutícola. Este 2015 celebra su 40° Aniversario, ¿Cuáles son los orígenes de esta comercializadora?

Respuesta.- En un primer momento, Ejidomar empezó con unos 20 agricultores socios y comercializaba aproximadamente entre 15 y 20 millones de kilos. Así fueron las dos o tres primeras campañas, para luego dar un salto exponencial y convertirse en referencia en el sector. Además de la uva, que se comercializó el primer año, los productos que por entonces había eran tomate y judía. Comenzamos con el pimiento en el año 1997. Fuimos pioneros en pepino Almería, ya que trajimos las primeras semillas de Holanda y también en pimiento California. Se hicieron ensayos aquí y se vio que esas variedades no se adaptaban al 100%. Entonces se propuso que las casas de semillas desarrollaran variedades en Almería, y fue cuando comenzaron a instalarse aquí.

P.- ¿Cómo van a celebrar este aniversario tan especial?

R.- Lo celebramos el pasado domingo 4 de octubre, con una gran comida para todos nuestros so-

cios y sus familias. Instalamos una carpa en nuestras instalaciones donde quisimos también reconocer a aquellos socios e hijos de socios que llevan con nosotros más de 30 años y que han sido ejemplo para el presente y el futuro de Ejidomar. La historia de Ejidomar cuenta la evolución de la agricultura almeriense en estos 40 años.

P.- ¿Qué volúmenes maneja Ejidomar en la actualidad?

R.- Tenemos unas 350 hectáreas, donde el producto más cultivado es el pimiento con una comercialización de unos 15 millones de kilos por campaña, en distintas variedades como California, Palermo o Sweet Bite.

Nuestro balance de campaña arroja una cifra de 36 millones de kilos. Este año se ha producido un gran incremento en la comercialización de sandía, pasando de 4 millones de kilos hasta alcanzar los 10 millones. También tenemos pepino holandés, calabacín, berenjena y melón. En cuanto a mercados, estamos presentes principalmente en Alemania, Suiza, Suecia, Italia, EEUU, Canadá, Polonia, Rumanía, República Checa e Inglaterra.

P.- ¿Cuál es el perfil del socio de Ejidomar?

R.- El perfil del socio de Ejidomar es el de un agricultor medio. Tiene entre 2 y 3 hectáreas, aunque también hay productores que tienen 6-8 hectáreas. Su principal característica es que son socios con mucha antigüedad y muy fieles

P.- ¿Alguna novedad para esta campaña que acaba de comenzar?

R.- En esta campaña hemos decidido rebajar las condiciones para nuevos socios y sólo se le aplicará una retención de un 5%. Al inicio de esta campaña, hemos contabilizado 12 socios nuevos. En total, Ejidomar tiene unos 140 socios.

P.- ¿Cuáles son las claves de Ejidomar?

R.- Sinceramente creo que la principal clave es que contamos con socios muy fieles, que son padres

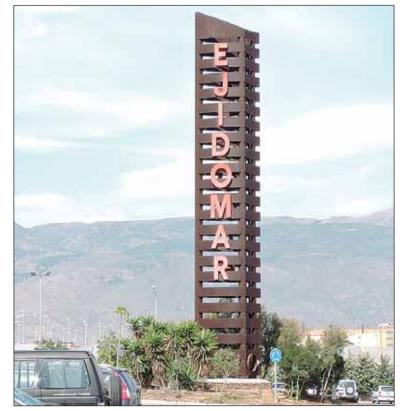


José Antonio Baños, presidente de Ejidomar SCA. /FHALMERIA

e hijos, y que juntos llevan muchísimos años con nosotros. Aquí hay una buena base de socios que quieren trabajar por Ejidomar y que han decidido apostar por ella. Por otro lado, también somos una empresa que siempre está innovado, nunca nos quedamos quietos. Siempre buscamos cómo mejorar para nuestros socios. Nuestros productos cumplen con todas las garantías de calidad y, por supuesto, se cultivan bajo control biológico el 100% de la producción.

P.- ¿Qué proyectos de futuro tienen?

R.- Ahora mismo estamos consolidados y viviendo el día a día, aunque tenemos en mente alcanzar los 50 millones de kilos, pero de una forma paulatina. Queremos ir creciendo poco a poco con la incorporación de nuevos socios



Exteriores de las instalaciones de Ejidomar. /Elena Sánchez

NUEVAS VÍAS DE PRODUCCIÓN

La agricultura ecológica: de una opción a una necesidad

Crisara cuenta con la gama de productos Fercrisa, bioinsecticidas y fertilizantes totalmente naturales y respetuosos con el medio

CIA

El nivel de exigencia y garantías de los mercados ha alcanzado tal nivel que, hoy día, "nuestros productos insumos para agricultura ecológica se venden mucho más en convencional", explica Cristóbal Aránega, director general de Crisara. De hecho, asegura que la prohibición de materias activas convencionales y la evolución y desarrollo de los fertilizantes e insecticidas ecológicos, "nos han llevado hasta un punto de encuentro muy cercano, tan cercano que den-

tro de pocos años no será necesario hablar de agricultura ecológica, pues toda la agricultura será ecológica. Lo que hasta ahora ha sido una opción, hoy se convierte en una necesidad, y además la agricultura ecológica será la agricultura del futuro porque así lo reconocen y exigen los consumidores".

En este sentido, Crisara ha querido dar un paso más lanzando al mercado Fercrisa, una línea de bioinsecticidas y fertilizantes totalmente naturales por eficacia, por respeto a la fauna auxiliar y como garantía al agricultor de producir sin residuos.

Y es que, según la empresa, todos los días "nos alarman" noticias, como que "un estudio desvela que el 25% de los acuíferos en España se encuentran contaminados por el uso de fertilizantes ni-



Stand de Crisara en eventos pasados. /FHALMERÍA

trogenados", "la comisión Europea propone prohibir 80 materias activas utilizadas hasta ahora en Sanidad Vegetal". Lo cierto es que "desgraciadamente", la sequía, la erosión o la degradación de los suelos son también noticia frecuentemente. La pregunta es "qué podemos hacer para intentar frenar el preocupante fenómeno de

cambio climático en el que estamos inmersos, sin parar de producir de manera más rentable y haciendo viables nuestras explotaciones en el tiempo", indica Aránega. En los años 80 primó la agricultura intensiva de la cantidad, más tarde, poco a poco, fue acoplándose e imperando la calidad en los conceptos de imagen, tex-

tura y sabor; pero hoy "estamos ante la tercera revolución de la agricultura, la agricultura de las garantías, donde además de la rentabilidad, la calidad y la seguridad alimentaria se garantice la regeneración del suelo, la protección al medio ambiente y la continuidad del sector a generaciones venideras".

Para Crisara, la solución ha estado siempre en la naturaleza y el paso del tiempo poco a poco "nos ha ido dando la razón. Por eso, después de 20 años, conceptos que sonaban raros, como agricultura ecológica, lucha integrada, bioinsecticidas o fertilizantes naturales son hoy los pilares de una nueva agricultura eficiente, moderna, sostenible y de futuro. Pero la solución también está en nuestras manos, la clave está en el origen, en el campo y en las manos del agricultor; en no forzar los procesos de producción, en la utilización de nutricionales sin residuos y los tratamientos de sanidad vegetal con bioinsecticidas naturales y en el asesoramiento técnico necesario".



Ejidomar celebra el 40° aniversario y homenajea a sus socios más veteranos

La empresa entregó una placa a agricultores que llevan más de 30 años, así como a las nuevas generaciones y sus familias

Elena Sánchez

Pasado 4 de octubre, Ejidomar estuvo de fiesta, ya que celebró, junto a sus agricultores socios, el 40° aniversario de la empresa, una entidad que, según su presidente, José Antonio Baños, "ha pasado épocas mejores y peores, pero gracias al apoyo de los socios seguimos aquí trabajando y luchando por conseguir dar el mayor rendimiento a los productos de nuestros socios". Además, también recordó que, hace diez años y gracias al apoyo de los socios, "se pudieron construir las nuevas instalaciones en las que estamos ahora y que nos han ayudado a poder seguir evolucionando y mejorando el servicio a los socios y clientes".

El acto del 40° aniversario de Ejidomar estuvo centrado, principalmente, en la entrega de placas en homenaje a los agricultores que llevan más de 30 años en la empresa como a las familias y segunda generación de agri-

Así, los agricultores que recibieron una placa en homenaje por sus más de 30 años en Ejidomar han sido: Manuel Fructuoso Moreno, Serafín Manzano, Gracián Lucas, Antonio Maldonado, Simón Martín, Andrés Santiago, Antonio Maldonado, Fernando Fernández, Antonio Ruiz, José Ramón González y Francisco Cervilla.

La segunda generación de agricultores y sus familias a los que también desde Ejidomar se les entregó una placa de reconocimiento fueron: Familia Campoy López, familia López López, familia Rodríguez Morón, familia Gómez Ruiz, familia Valero Torres, familia Salas Lozano, familia Ortega Bosquet, familia Ruiz Rodríguez, familia Cervilla Romera, familia Madrid Arana, familia Enrique González y familia Fernández Rodríguez.



Socios agricultores y familias posaron ante la cámara después de recibir su placa conmemorativa. /Elena Sánchez



José A. Baños, presidente Ejidomar, estuvo arropado por representantes del Ayuntamiento de El Ejido y la Delegación de Agricultura. /E. S. G.



■ José Antonio Baños, presidente de Ejidomar, ofreció un pequeño discurso. /E. S. G.



 \blacksquare Cientos de personas se dieron cita para comer con amigos y familiares. /E. S. G.



Esta familia, al completo, no se quiso perder el 40º aniversario de Ejidomar. /E. s. 6.



Manuel Gómez, concejal de Agricultura ejidense, entregó una de las placas. /E. S. G. placa la entregó el concejal de Hacienda ejidense. /E. S. G.



Javier Cervilla fue reconocido por ser uno de los agricultores más veteranos. La placa la entregó el concejal de Hacienda ejidense. /E. S. G.

EN ESPAÑA CUENTA CON UN POTENTE CATÁLOGO DE PRODUCTOS YA CONSOLIDADOS

ICL Specialty Fertilizers: un paso adelante en el mercado mundial de fertilizantes

CIA

El grupo ICL ha consolidado su posición los últimos años en el mercado de las especialidades nutricionales agrupando bajo un mismo nombre, ICL Specialty Fertilizers, las cerca de treinta unidades de negocio relacionadas con este mercado y entre las que destacan empresas internacionales como Dead Sea Works, Everris, Fertilizers and Chemicals, NU3, Nova-Peak, Amega Sciences o empresas españolas como Fuentes Fertilizantes. Esto la convierte en una de las compañías con el catálogo más completo de fertilizantes para Agricultura Especializada, Horticultura Ornamental y Áreas Verdes en el mundo.

ICL Specialty Fertilizers concentra bajo un mismo paraguas toda su actividad en el mercado de fertilizantes que se beneficiará de la operatividad del grupo y sus materias primas; la incorporación y desarrollo propio de nuevos productos mediante la interacción de los diferentes catálogos; mayor inversión en I+D en nuevos productos y su comportamiento en distintas condiciones y ambientes, consolidándose así como una marca global reconocida y una referencia clave en la nutrición vegetal.

ICL Specialty Fertilizers es el responsable de la venta y puesta en el mercado de todos los productos especializados producidos o comercializados por ICL, que incluyen, entre otros, fertilizantes de liberación controlada, fertilizantes de liberación lenta, fertilizantes NPK solubles en agua, fertilizantes puros solubles, fertilizantes líquidos y cualquier otro producto especializado que se añada a la cartera, como el cloruro potásico técnico soluble.



Agrolution pHLow 114. /FHALMERÍA

PRODUCTOS PARA ESPAÑA

Los mercados globales que atenderá ICL Specialty Fertilizers son tres: Agricultura Especializada, Horticultura Ornamental y Áreas Verdes, para perseguir el reto del grupo de ayudar a producir alimentos que cubran las necesida-

des de la humanidad (como dice el eslogan de la compañía "where needs take us", es decir, "presentes donde sea necesario") y, a la vez, aportar la mejor tecnología disponible a los fertilizantes minerales que el grupo obtiene. A estos últimos se incorporan las nuevas sinergias que las distintas empresas del grupo generan, como bioestimulantes o agentes humectantes, como ya hace en los mercados de áreas verdes y en el sector ornamental, donde la empresa ofrece muchas posibilidades, entre las que se incluyen productos bioestimulantes y de protección vegetal.

La estrategia de ICL Specialty Fertilizers para España consiste en actuar como una única empresa involucrando a todas sus unidades de negocio, de forma cohesionada y fuerte bajo un único nombre. Este desarrollo a nivel nacional es un caso único en la integración y lanzamiento de ICL Specialty Fertilizers a nivel mundial, al agrupar dos empresas tan importantes dentro del grupo como Fuentes Fertilizantes y Everris, dos claros referentes en el mercado de fertilizantes en España.

ICL Specialty Fertilizers dispone de productos ya reconocidos en el mercado español que satisfacen estas necesidades. En liberación controlada con marcas líderes en sus segmentos como Osmocote, Sierrablen, Agroblen, Agrocote o Agromaster. En liberación lenta con Sierraform o Osmoform, Fertilizantes NPK solubles en agua como Agrolution, Peters, Universol, Solinure, Agroleaf o Agromayor. Fertilizantes puros solubles como Pe-Kacid, FertiK, MagPhos o la gama Nova. Productos líquidos como las soluciones a medida de cada cliente o especialidades como Agroleaf Liquid, Greenmaster Liquid, Calcytron, RaizPhos o FondiGel. Además de abastecer productos convencionales que incluyen marcas reconocidas como Treegold, Combifert y Agromediterráneo.

Las tecnologías de encapsulado y de liberación controlada son fundamentales para ICL Specialty Fertilizers. Por lo que el desarrollo de nuevos productos y tecnologías se basará en su principal tecnología de liberación controlada para que las plantas crezcan mejor y más sanas.



Nos conocían como Everris, Fuentes, Nu3 y F & C, pero hemos evolucionado para ser mucho más.

Ahora somos ICL Specialty Fertilizers

Dónde las necesidades nos llevan





T +34 968 418 020 info.iberica@icl-group.com

ANTONIO ALMODÓVAR RESPONSABLE COMERCIAL DE TAKII SEEDS PARA ESPAÑA, PORTUGAL, MARRUECOS Y TÚNEZ

"El melón Galia Pasodoble F1 y la sandía Serenade F1 de Takii Seeds mejoran los estándares existentes"

Rafa Villegas

El almeriense Antonio Almodóvar es el responsable comercial para España, Portugal, Marruecos y Túnez de Takii Seeds. Este profesional del sector agrícola ha hecho, para FHALMERÍA, un recorrido por la historia de la que es una de las casas de semillas con más facturación del mundo. Además, Almodóvar detalla los principales productos que ofrecen en la actualidad y adelanta algunas de las novedades que formarán parte del catálogo de productos hortofrutícolas de esta empresa.

Pregunta.- Takii Seeds es una de las casas de semillas con más años de historia, ¿cuántos tiene exactamente y dónde nació? Respuesta.- La familia Takii empezó hace 180 años con mejora genética en Japón donde, a día de hoy, es la primera compañía en ventas de frutas, hortalizas y flores. Además, Takii Seeds figura entre las diez primeras casas de semillas del mundo en cuanto a facturación.

P.- ¿Cuándo se implantaron en Europa?

R.- Fue hace 25 años. La sede de Takii Europe está en la zona de Aalsmeer, en Holanda. Comenzaron su andadura en el Viejo Continente con ventas al por mayor, a través de distribuidores nacionales u otras casas de semillas, si bien en la última década han cambiado a una política de venta directa, ya sea al agricultor, distribuidores locales autorizados o semilleros.

P.- Recientemente han creado Takii Spain, ¿no es así?

R.- Sí, fue exactamente hace un año, si bien, desde Takii Europe ya pusieron en marcha programas propios de mejora de tomate y melón para España hace diez

P.- ¿Dónde se encuentran las instalaciones de Takii Spain?

R.- Estamos en el paraje El Jabonero, en Níjar.

P.- ¿Cuáles son los principales productos que forman parte del



El melón Galia Pasodoble F1 de la casa de semillas Takii Seeds. /FHALMERIA

R.- Tomate y cebolla, que son los productos estrella en ventas de Takii en España, las coles, muy importante para Takii Europe, melón, sandía y brócoli, además de los portainjertos de tomate, pepino, berenjena y sandía.

P.- ¿Cuáles son las principales variedades que tiene Takii Spain para cultivo bajo plástico?

R.- Podemos destacar Motto F1. que es un tomate rama de ciclo largo y calibre M-G que destaca por su larga vida, calidad y productividad, así como el melón Galia Pasodoble F1, que es el primer Galia para invernadero que ponemos a la venta, y la sandía negra sin semillas Serenade F1. Cabe resaltar también nuestra primera variedad de melón para campo abierto, como es Fandango F1, también tipo Galia.

P.- ¿Qué características resaltan de Pasodoble F1?

R.- Este melón Galia para cultivo en invernadero tiene un peso medio de 1,2 kilogramos, es de carne blanca, muy productivo, con larga vida, planta de gran vigorosidad, presenta una cavidad interna pequeña, tiene buena textura y azúcar garantizado. Se trata de un melón para cosechar en una sola vez, indicado para siem-

catálogo de semillas de Takii bras tempranas y medias bajo plástico, con un trasplante recomendado entre el 15 de enero y el 15 de febrero. Destaca, además, por ser un melón que alcanza perfectamente el tamaño deseado sin cuidados especiales.

P.- ¿Están trabajando en ampliar el catálogo de melón?

R.- Así es. Pasodoble F1 y Fandango F1 son los primeros de una serie de melones, unos para invernadero y otros para campo abierto, en los que estamos trabajando. El año que viene, sin ir más lejos, tendremos novedades en este producto.

P.- ¿Qué puede destacar de la sandía Serenade F1?

R.- Se trata de una sandía sin semillas indicada para trasplantes tempranos que presenta un peso medio de siete kilos, es redonda y su fruto es de un color verde oscuro, con raya ligera. Es importante reseñar que está recomendada especialmente para el cultivo en invernadero y que presenta una larga vida y transportabilidad. Además, Serenade F1 destaca por su excelente estructura interna, es crujiente, con alto Brix y mejora los estándares existentes. Esta sandía puede combinarse a la perfección con portainjertos con fuerte vigor, como Consista F1 de Takii Seeds.



La sandía Serenade F1 de la casa de semillas Takii Seeds. /FHALMERIA



■ Antonio Almodóvar, responsable comercial de Takii Seeds en España. /FHALMERIA

P.- ¿De qué otros productos hortofrutícolas van a ampliar el catálogo en la próxima cam-

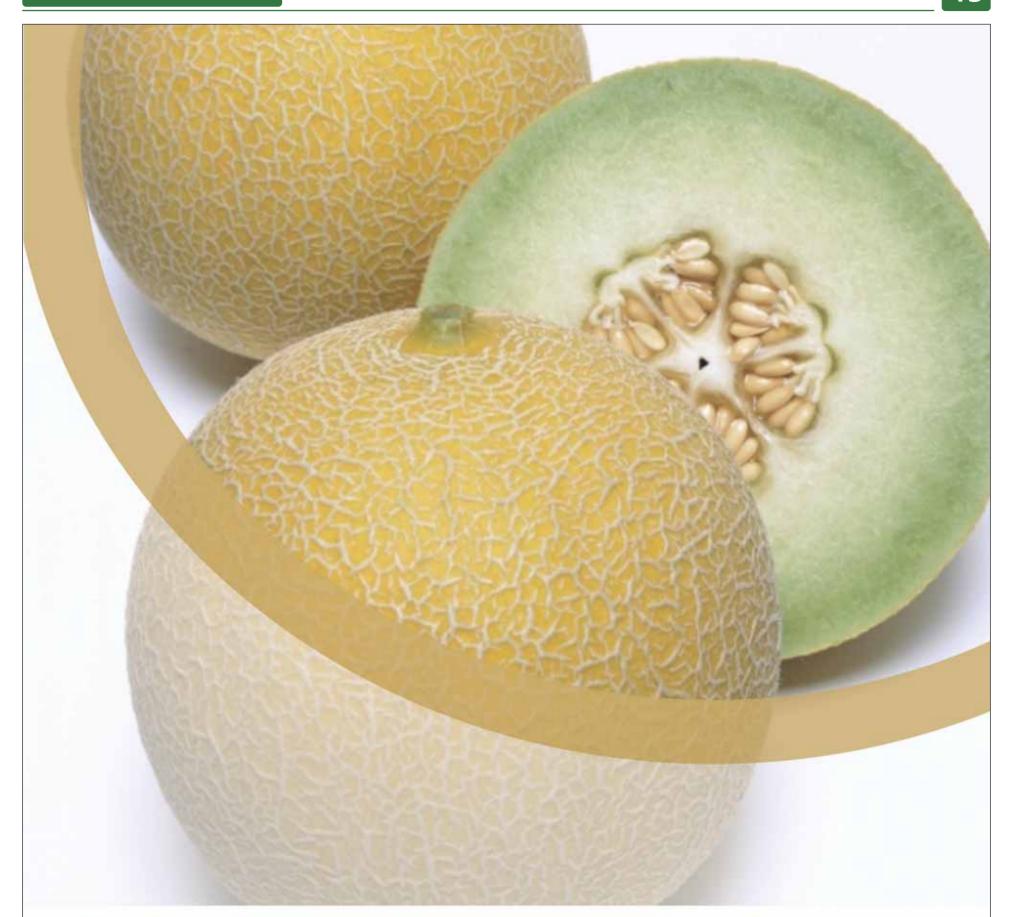
R.- Además de en melón Galia, vamos a tener novedades en productos como coles, brócoli, sandía y tomate.

P.- La empresa matriz de Takii Seeds es japonesa, ¿ofrecen, en su catálogo, alguna especialidad oriental?

R.- Por supuesto. Ofrecemos a nuestros clientes diferentes variedades de productos hortofrutícolas de origen oriental, como diferentes tipos de baby leaf, así como de zanahorias, coliflores, lechuga, apio, rábano y nabo.

P.- ¿Cuándo empezó a desempeñar la función de responsable comercial para España, Portugal, Marruecos y Túnez de Takii Seeds?

R.- Trabajo en Takii Seeds desde el 1 de septiembre de 2013, hace ya dos años. No obstante, he desarrollado toda mi carrera profesional en esa misma área



Pasodoble F1

Producción, larga vida y sabor. Siembras tempranas y medias para invernadero.

Fandango F1

Producción, larga vida y sabor. Siembras medias para campo abierto.

Takii Spain S.L. Camino del Maltés S/N Paraje El Jabonero, Apdo Cor. 9 04100 NIJAR (ALMERIA) - SPAIN T 0034 950 066 072 W www.takii.eu



Lola Gómez, gerente de Clisol Agro, Premio a la Excelencia a la Innovación del Ministerio

Los invernaderos de Clisol Turismo Agrícola, en El Ejido, reciben cada día visitas de profesionales, estudiantes y turistas de los cinco continentes

Rafa Villegas

El 'Mar de Plástico', única Construcción humana, junto a la Muralla China, que se ve desde el espacio, impresiona siempre a todo aquel que, por motivos de trabajo, por turismo o porque esté de paso, se adentre en la comarca del Poniente almeriense. De lo que no cabe duda es que el mejor modo para conocer el interior del sistema productivo almeriense es hacerlo de la mano de Clisol Agro y su gerente, Lola Gómez. El buen hacer de esta profesional le ha valido un sinfin de reconocimientos importantes, entre ellos la Medalla de Andalucía. Ahora es el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente el que la premia, en concreto con el 'Premio a la Excelencia a la innovación en diversificación de la actividad económica en el medio rural', que forma parte de los Premios de Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales 2015.

El proyecto de Lola Gómez ha sido el más valorado por el Ministerio, por lo que ha sido la encargada de leer el discurso en nombre de todos los premiados. La ejidense ha hecho hincapié en que "una de las principales riquezas de España es la agricultura y, sin embargo, es un sector insignificante para los medios de comunicación generalistas, es un sector al que recurre toda la población tres veces al día, para comer, pero que está poco considerado".

Lo cierto es que la actividad en Clisol Agro es frenética. Es un ir y venir de autobuses con profesionales del sector agrario o de las ciencias medioambientales, estudiantes y turistas que salen de las instalaciones de esta empresa ejidense con una idea clara de qué y cómo se cultiva bajo plástico.

Las tendencias también se imponen en este tipo de actividades. Así, Lola Gómez ha asegurado que "con el auge de los 'show co-



Lola Gómez, gerente de Clisol Agro, con la ministra de Agricultura, Isabel García Tejerina, y el alcalde de El Ejido, Francisco Góngora.



Lola Gómez con técnicos españoles y de distintos países hispanoamericanos.

oking' y de los realities de cocina, como Masterchef y Top Chef, son cada vez más los que nos demandan visitas gastronómicas en las que, además de mostrar el proceso productivo, enseñamos a cocinar las hortalizas, preparamos un almuerzo cien por cien vegetal, con verdura a la plancha, frita, un gazpacho...". Clisol Agro recibe cada ves visitas de esta ín-

dole de estudiantes, de quinto de Primaria a segundo de Bachillerato, de centros educativos de toda España que realizan este tipo de rutas científicas y gastronómicas.

Gómez ha asegurado que "hay que sacarle más provecho al hecho de que cultivamos la base de la Dieta Mediterránea, así como a aspectos como que somos un



Lola Gómez con jóvenes de la Asociación VIVIR.

sumidero de Dióxido de Carbono y el ahorro de agua que llevamos a cabo, algo que atrae a estudiantes y científicos de todo el mundo"

Clisol Agro ha recibido recientemente la visita de un grupo de técnicos de España, Ecuador, México, Guatemala y Chile, de la mano del Campus de Excelencia Internacional en Agroalimentación

de la Universidad de Córdoba, acompañados del director de BI-TAL y profesor de la UAL, Diego Luis Valera.

Lola Gómez también está comprometida con las causas sociales. Cada dos semanas realiza talleres, de forma altruista, con personas con discapacidad cerebral por ictus o accidente de tráfico de la Asociación VIVIR. **MUY IMPORTANTE**

El Consistorio ejidense busca el apoyo de Bruselas para su Plan de Desarrollo Urbano Sostenible

Este nuevo marco primará las nuevas tecnologías, la reducción de CO2 o la creación de empleo en el tejido productivo local

Rafa Villegas

El Ayuntamiento de El Ejido lleva un año trabajando intensamente en la redacción de un Plan de Desarrollo Urbano Sostenible, que beneficiaría mucho al sector agrícola, con el que pretenden lograr el apoyo de fondos comunitarios de Bru-

El alcalde del municipio, Francisco Góngora, ha asegurado que "llevamos más de un año trabajando en la redacción de este Plan, muy pronto va a



■ El regidor ejidense, Francisco Góngora, en el balcón del Ayuntamiento. /Rafa Villegas

de fondos comunitarios para el período 2014/2020 y vamos a de más de 50.000 habitantes y

abrir Bruselas la convocatoria intentar lograr el máximo subvencionable para un municipio

con esa finalidad, o lo que es lo mismo, 18 millones de euros". De esa cantidad, Góngora ha destacado que "el Ayuntamiento solo pagaría el 20 por ciento".

En cuanto al Plan, el regidor ejidense ha asegurado que "los aspectos que más se van a primar en este nuevo marco son los relacionados con las nuevas tecnologías, mejora de las cuestiones sociales, la reducción de CO2 y la creación de empleo en el tejido productivo". Góngora ha explicado que se están centrando en esos puntos porque son "los que más se van a pun-

Para el alcalde de la ciudad del Poniente almeriense, "El Ejido ha de tener ya un plan de desarrollo integral, apoyado por

Bruselas". Al respecto, el regidor ejidense ha asegurado que "estamos trabajando desde todas las áreas, incluso con una asistencia técnica". Góngora ha añadido que su objetivo es "cubrir las necesidades porque, además, por derecho propio, El Ejido necesita ese apoyo, en este caso de las instituciones comunitarias".

Góngora ha concluido asegurando que ya han abierto un proceso de participación y que lo van a llevar también "a los ocho consejos sectoriales que tenemos en el municipio". Y es que, como ha querido dejar claro, "vamos a tratar de traer inversiones a El Ejido, en la medida de lo posible, porque eso, además, nos va resolviendo las cuestiones presupuestarias".



CON LA AGRICULTURA



■ El espacio expositor de Cajamar fue, sin duda, uno de los más visitados en Fruit Attraction 2014. /FHALMERIA

El Grupo Cajamar entrega su distinción 'ADN Agro' a ICEX, Marca España y FEPEX

Los premiados recibirán su galardón el miércoles 28 de octubre, a las 11 de la mañana, en el espacio expositor que tiene Cajamar en el Pabellón 7, concretamente en el stand 7D11, de manos del director general del Grupo, José Luis Heredia

oincidiendo con la celebra-∠ción de la Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas Fruit Attraction, el Grupo Cooperativo Cajamar hará un reconocimiento especial a aquellas instituciones y entidades que más se distinguen por su compromiso con la internacionalización del sector agroalimentario. Se trata de las distinciones 'ADN Agro', que se entregan por primera vez y que en esta ocasión recibirán ICEX España, Marca España y la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (FEPEX).

El Grupo Cajamar destaca que la definitiva recuperación de la economía española y la competitividad de nuestras empresas depende, en buena medida, de su capacidad de abrir nuevos mercados y asumir el reto de la internacionalización, como única manera de adaptarse con éxito al nuevo sistema económico global.

En este sentido, tanto 'Marca España' como el ICEX coordinan la actuación de las diferentes administraciones públicas, y prestan apoyo y asesoramiento a los agentes individuales de nuestro sector exterior. Por su parte, FEPEX, además de ser la entidad organizadora de Fruit Attraction, asume la representación de la exportación española de frutas y hortalizas, el primer capítulo de nuestro comercio exterior.

El director general de Cajamar, José Luis Heredia Celdrán, hará entrega de los galardones el miércoles 28 de octubre a las 11 de la mañana en el stand del Grupo Cooperativo Cajamar en Fruit Attraction. En representación de las instituciones reconocidas con la distinción 'ADN Agro 2015' asistirán el alto comisionado del Gobierno para la Marca España, Carlos Espinosa de los Monteros; el consejero delegado de ICEX Es-

paña, Francisco Javier Garzón González; y el presidente de FE-PEX, Jorge Brotons.

APOYANDO AL SECTOR

Su presencia en Fruit Attraction, que se celebra desde el 28 al 30 de octubre en Madrid, permite al Grupo Cooperativo Cajamar poner de manifiesto su vinculación con los diferentes agentes del sector agroalimentario que se dan cita en esta feria internacional, y participar con un completo programa de actividades, reuniones y entrevistas a las que a partir de este año se suma además la entrega de sus reconocimientos institucionales.

El Grupo Cooperativo Cajamar cuenta con un stand en el pabellón número 7 zona 7D11, que con casi 130 metros cuadrados albergará a directivos, profesionales y especialistas en negocio agroalimentario de distintas regiones y



Otra imagen del stand de Cajamar en Fruit Attraction 2014 /LE.G.

provincias que acompañarán durante esta feria a las empresas, cooperativas y organizaciones con las que la entidad trabaja día a día. Fruit Attraction servirá además para asesorar sobre productos y servicios financieros que en condiciones beneficiosas servirán para afrontar nuevos proyectos, acometer inversiones y atender compromisos de pago, optimizar su ahorro y favorecer su internacionalización, además de poder contar con adelantos de ayudas concedidas por la administración y el aseguramiento del negocio.

Esta activa participación en Fruit Attraction pone de manifiesto el permanente compromiso del Grupo Cooperativo Cajamar con los productores y las comercializadoras hortofrutícolas, como primer grupo financiero cooperativo español y entidad de referencia para el sector agroalimentario en el ámbito nacional.



Fruit Attraction STAND11

La única entidad financiera con ADN Agro^{*}



*ADN Agro: Es ser una entidad financiera con décadas de experiencia Agro. Es ser una entidad que investiga, genera y comparte el conocimiento del sector agroalimentario contigo. Es fomentar el cooperativismo. Estar a pie de campo. A tu lado. Con un modelo de hacer banca que cuenta con profesionales especializados en nuestro sector. Ofreciendo financiación agro -en los años buenos, y en los malos-, medios de pago especializados, siempre adecuados a las necesidades de cada explotación, seguros específicos para nuestro sector y tecnología de gestión agroalimentaria. Tener ADN Agro es promover cursos y jornadas de información para ti, cátedras universitarias para nuevas generaciones de profesionales del sector y publicaciones técnicas de tu interés. Es gestionar ayudas agro para tu negocio. Es ayudarte en la internacionalización de tu empresa...

Simplemente, es algo que se lleva dentro, o no se tiene.



Prolectus[®], de Kenogard, la nueva generación fungicida anti-botrytis

Con este nuevo producto, los agricultores van a lograr una producción de alta calidad y libre de problemas causados por hongos por la humedad

CIA

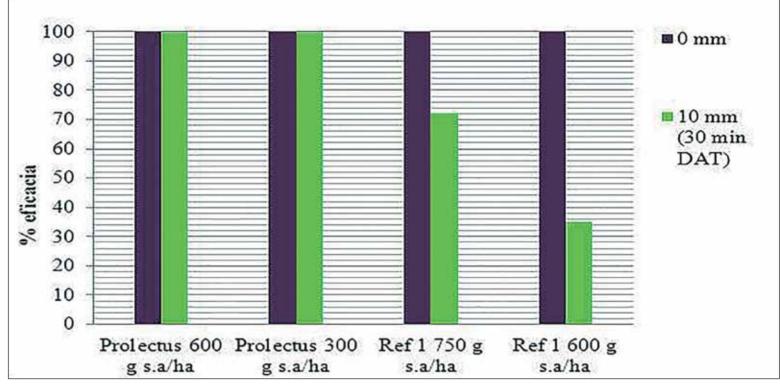
Prolectus[®] es un innovador fungicida anti-botrytis compuesto por fenpirazamina, una nueva sustancia activa con registro a nivel europeo que ya se encuentra a disposición del agricultor dentro del catálogo de soluciones técnicas de Kenogard S.A.

Fenpirazamina actúa inhibiendo tanto el desarrollo del tubo germinativo de la espora como el desarrollo del micelio, y por tanto posee una excelente actividad preventiva y curativa. Se trata, concretamente, de una nueva generación de fungicidas. Prolectus[®] es muy activo frente a Botrytis sp. Además de ser activo sobre Sclerotinia, Monilia y Rhynchosporium.

La particularidad del producto que la diferencia de otros, reside en su fuerte translaminaridad y la rápida penetración en la planta, lo que le permite alcanzar el envés foliar de forma muy eficiente y bloquear por completo la acción infectiva del patógeno. Además Prolectus[®] ha demostrado tener un fuerte efecto antiesporulante sobre infecciones activas de botrytis, impidiendo el avance y dispersión de la enfermedad.

Prolectus[®] está inscrito en el Registro Oficial de Productos Fitosanitarios con el nº ES-00035, con registro en tomate, berenjena, pepino, pimiento, calabacín y fresa en invernadero, con una dosis entre 80-120 g/hl y 3 aplicaciones por campaña.

Prolectus® se presenta como una gran alternativa a las soluciones actuales anti-botrytis, al ser el único producto que mantiene una excelente eficacia tanto preventiva como curativa, con sólo una materia activa y un día de plazo de seguridad, siendo totalmente respetuoso con auxiliares y con el propio cultivo, al no producir ningún tipo de fre-



■ Eficacia de Prolectus® y un producto de referencia sobre botrytis en pepino, sin lavado y con lavado de agua (30 minutos después de la aplicación).



■ Bote de Prolectus[®].

Organismo beneficiosos	PROLECTUS 0.24%	Clasificación OILB	
Chrysoperla carnea	1	Inocuo	
Encarsia formosa	1	Inocuo	
Eretmocerus eremicus	1	Inocuo	
Macrolophus caliginosus	1	Inocuo	
Nesidio coris tenuis	1	Inocuo	
Amblyseius swirskii	1	Inocuo	
Orius laevigatus	1	In ocuo In ocuo	
Phytoseiulus persimilis	1		
Amblyseius cucumeris	1	Inocuo	
Typhodromus pyri	1	Inocuo	

Compatibilidad de Prolectus® con insectos auxiliares según la clasificación OILB.

nado ni endurecimiento del mis-

Las excelentes características de Prolectus[®], junto con su compatibilidad con fauna auxiliar y su buen perfil medioambiental, han permitido que el producto esté autorizado en control inte-

grado de botrytis en Andalucía y otras comunidades autónomas, así como en las principales listas de empresas comercializadoras, por lo que se ofrece como una solución de alto valor e indispensable dentro de cualquier programa de lucha fungicida. Además, dado el éxito de la promoción de lanzamiento, Kenogard sigue regalando lo último en tecnología. Cada mes (entre septiembre 2015-marzo2016) Kenogard sortea un i-Pad, un i-Phone 6 y un i-Watch entre todos los clientes que hayan com-

prado Prolectus[®] y hayan introducido en la página web de la empresa (www.kenogard.es) el código promocional que encontrarán en la tapa del envase. Cuantos más códigos se posea existen mayores posibilidades de ganar.



LA NUEVA GENERACIÓN ANTIBOTRITIS



- MEXCELENTE EFICACIA PREVENTIVA Y CURATIVA
- **BUENA COMPATIBILIDAD CON AUXILIARES**
- SUAVE CON EL CULTIVO
- PLAZO DE SEGURIDAD: 1 DÍA

Para hortícolas y fresa en invernadero







PRESENCIA CADA AÑO



Diseño del espacio expositor de ECOHAL Andalucía para la presente edición de Fruit Attraction. /FHALMERIA

ECOHAL Andalucía expone los productos de 9 de sus empresas en 450 metros cuadrados

Rafa Villegas

La organización ha ubicado su stand en la zona de expositores andaluces, concretamente en una zona principal que se compone de dos islas. Participan un total de seis asociados de la provincia de Granada y tres de Almería.

E cohal Andalucía es uno de los participantes que expone en Fruit Attraction desde la primera edición de esta feria que cumple siete años en esta ocasión. Desde esta organización consideran muy importante su participación en este evento anual ya que es una muestra a la que acuden tanto los clientes como potenciales compradores, todos ellos buscando frutas y hortalizas de origen español.

En esta ocasión, como ha explicado el gerente de ECO-HAL Andalucía, Alfonso Zamora, la participación de esta asociación en la séptima edición de Fruit Attraction consiste en "una zona principal, compuesta de dos islas, en la zona de Andalucía, que suma un total de 450 metros cuadrados". En total participan en el stand de ECO-HAL 9 de sus 20 empresas asociadas.

En este gran espacio expositor que, sin duda, no va a pasar

desapercibido por los visitantes que acudan al IFEMA durante la feria, se encuentran ubicados nueve coexpositores. De ellos, seis de ellos proceden de la Costa Tropical granadina, mientras que las tres restantes son de la provincia de Almería. Concretamente, de Granada se han instalado en el IFEMA de Madrid para participar en Fruit Attraction las empresas Hortícola Guadalfeo, Fulgencio SPA, Frutas Los Cursos, Frutas Manzano, Agruportícola, así como Mercomotril, de las que algunas de ellas, como ha explicado Zamora "cuentan con instalaciones también en la provincia de Almería". En cuanto a las tres asociadas almerienses que han decidido exponer sus productos en la feria, se trata de Alhóndiga La Unión, Hortofrutícola Costa de Almería, además de la ejidense SAT Agroiris.

Además de estas empresas, del mismo modo, Alfonso Zamora ha explicado que "en zona contigua se ubicará una isla de 128 metros cuadrados del Grupo La Caña, que lo forman las empresas Miguel García Sánchez e hijos y SAT Eurocastell, ambas con sedes en la provincia de Granada.

Además, finalmente, cabe destacar la participación de otra empresa almeriense de ECO-HAL Andalucía. Se trata de Agroejido que, como ha explicado Zamora, "cuenta con un espacio expositor de 32 metros cuadrados".

Agroiris, que se estrenó el año pasado en la feria, repite tras la ampliación de su cartera de clientes que logró el año pasado. Hortofrutícola Costa de Almería, por su parte, va a mostrar su amplia gama de productos de V Gama.



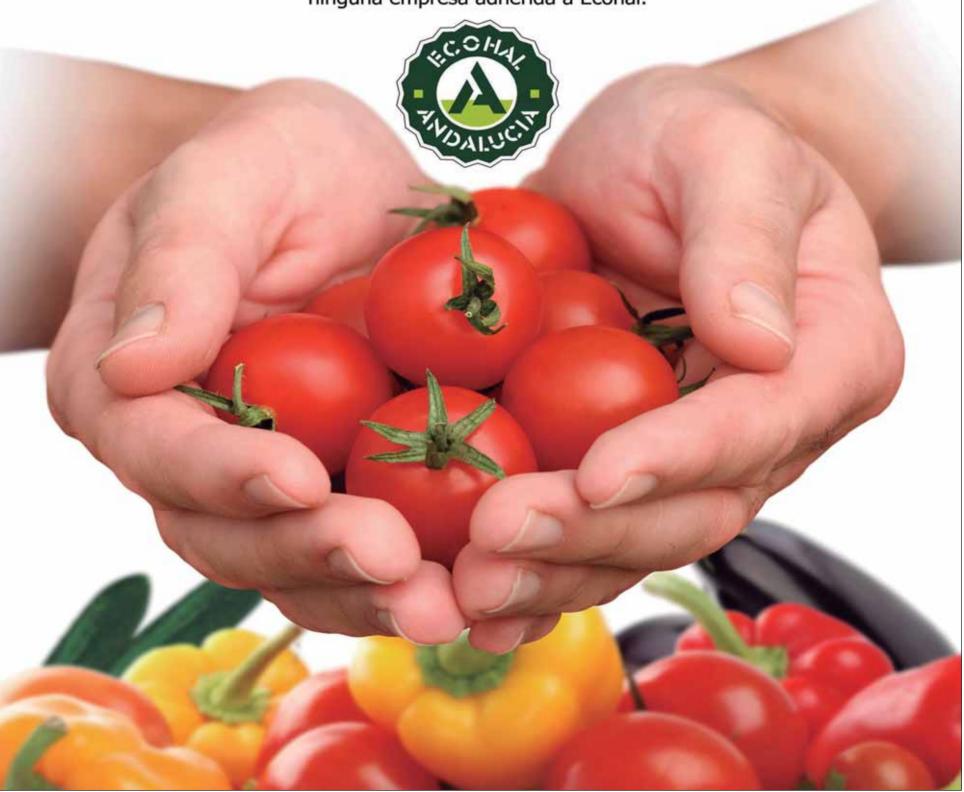
Stand de ECOHAL Andalucía en Fruit Attraction 2014. /LF.G:

El futuro está en nuestras manos

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

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

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



EL MEJOR DE SUS 21 AÑOS DE HISTORIA

Agroiris cierra un "año histórico" con precios medios para el agricultor de hasta 1,45 euros

La comercializadora ejidense alcanzó un volumen de producción de 183 millones de kilos y una facturación de 190 millones de euros

■ Isabel Fernández

SAT Agroiris puso punto final a la campaña 2014/2015 con unas cifras de vértigo y que, según su director general, Juan Antonio Díaz Planelles, venían a confirmar un "año histórico" para la comercializadora, el mejor, sin lugar a dudas, de sus 21 años de historia. Y es que, según comentó Díaz Planelles y así se lo trasladó a sus socios en la Asamblea General del pasado 16 de octubre, SAT Agroiris alcanzó durante la pasada campaña los 183 millones de kilos comercializados y una facturación de 190 millones de euros. Pero no sólo eso, "tenemos agricultores que han salido a una media por kilo de 1,45 euros", afirmó el director general de la compañía; eso sí, especificó que, en este caso, "son especialistas". En general, "hemos logrado incrementar el precio medio pagado al agricultor en algo más del 20% con respecto a la pasada campaña". Preguntado por la clave de estos buenos resultados, Díaz Planelles lo tiene claro: "No hay secreto, lo más importante es una buena gestión" y, tras ella, "el equipo de personas", profesionales que, en el caso de SAT Agroiris, describió como "gente honrada y trabajadora".

Los buenos datos del año pasado suponen un nuevo impulso para la SAT ejidense, que no deja de innovar en producto y en procesos para atender las demandas de sus clientes. En este sentido, Díaz Planelles recordó que siguen trabajando con los pimientos Tribelli, unos mini a los que, ya el año pasado, se unieron los Tribelli XL, en ambos casos, en todos los colores. "Debido al éxito que han tenido hemos aumentado mucho su cultivo", comentó el director general de SAT Agroiris y añadió que, es más, "gracias al éxito de



Juan Antonio Díaz Planelles, director general de SAT Agroiris, alaba el trabajo de todo su equipo, artífice de tan buenos resultados. /I. F. G.



Los pimientos Tribelli XL, novedad de la SAT en la última Fruit Attraction, han logrado una gran aceptación entre sus clientes. /1. F. G.

estos pimientos en los meses de en SAT Agroiris también se verano, el próximo verano repetiremos". Los Tribelli son sólo una muestra de la innovación en producto de SAT Agroiris, una línea en la que siguen trabajando y que, en el corto plazo, prevén ampliar. "Tenemos algún producto más en la recámara, pero aún es muy pronto para decirlo", afir-

Más allá de la búsqueda de nuevos productos que se adapten a las demandas de sus clientes,

adaptan a sus tiempos y, de hecho, en pleno mes de octubre, 'estamos trabajando con sandía". "Ésta es otra novedad en esta campaña, estamos trabajando, por primera vez, con sandía en otoño", comentó Díaz Planelles, quien explicó que, obviamente, toda esta producción "se destina a exportación". Esta novedad responde a la filosofía de trabajo de SAT Agroiris y que se fundamenta en "ofrecer al cliente lo

que necesite cuando lo necesite"; de ahí que, incluso, la comercializadora lleve varias campañas en las que no cierra sus puertas ni siquiera en los meses de verano.

Junto a la comercialización de sandía en otoño, la otra gran novedad de SAT Agroiris es el inicio de los trabajos para la puesta en marcha de una línea de ecológico, una vez más, en clara respuesta a la demanda de sus clientes. "Hay clientes que nos lo están demandando y también hay agricultores que quieren sumarse a este proyecto", comentó.

LA CAMPAÑA

Por otro lado, el director general de SAT Agroiris valoró el inicio de la nueva campaña agrícola, un ejercicio que, "de momento, va bien, con unos buenos precios". Pero no sólo eso, "ya en el mes de septiembre teníamos tres centros funcionando", afirmó Díaz Planelles, quien apuntó que, en ese mes, "hicimos casi 10 millones de kilos", una cifra que viene a confirmar el proceso de crecimiento continuo que está viviendo la comercializadora.

Con todos estos buenos números a sus espaldas acude SAT Agroiris, por segundo año consecutivo con stand propio, a Fruit Attraction, un evento que "nos permite reunirnos con muchos de nuestros clientes en un lugar en el que antes no teníamos un espacio propio". En esta ocasión, la comercializadora ejidense acude a la cita "con una gran oferta y con un volumen de producto más importante que el año pasado". Y es que, día a día, SAT Agroiris sigue incorporan-



Crecemos con la agricultura



El stand de Diputación, importante centro de negocios para las empresas en Andalucía Sabor

Para las entidades participantes ha sido todo un acierto la presencia agrupada por el alto nivel de encuentros y reuniones

Elena Sánchez

In total de 12 empresas participaron, del 14 al 16 de septiembre, en la feria Andalucía Sabor, bajo el paraguas del área de Agricultura de la Diputación de Almería, una actividad que, según Óscar Liria, diputado de Agricultura, "ha sido más que positiva, ya que los empresarios nos han trasladado el acierto de la presencia agrupada por el alto nivel de los encuentros y la potencialidad del mercado andaluz para otros niveles de distribución". Además, los empresarios también han destacado la asistencia a esta feria junto con Diputación, "para poder mejorar las relaciones con los clientes y para establecer relaciones comerciales con nuevos compradores", explicó Liria.

Desde el primer día, el stand de Diputación de Almería se convirtió en un centro de negocios, ya que fue el escenario de los primeros encuentros comerciales que se realizaron en el marco de Andalucía Sabor. De hecho, según Óscar Liria, "en los últimos años, hemos realizado más de 300 acciones individuales, dando apoyo a más de 90 empresas a promocionarse en los mercados nacional e internacional. Asimismo, hemos llevado a cabo una serie de eventos a nivel local y provincial del que se han beneficiado hasta 150 empresas".

Este año, han sido varios los sectores representados en este evento por parte de la provincia almeriense. Dentro del sector cárnico han participado embutidos Peñacrus, Jamones Checa, Jamones Cortijo de Canata y también La Pastora y Filabres. En el sector de los vinos se ha contado con la Bodega de Serón, mientras que en el sector de aperitivos y cuarta gama, Luxeapers y Gazpacho Biosabor han sido los participantes. El sector del



El presidente de la Diputación de Almería, Gabriel Amat, estuvo apoyando a las entidades almeriense durante la feria Andalucía Sabor. /FHALMERIA



Gabriel Amat y Óscar Liria visitaron el stand de la I.G.P La Cañada. /FHALMERIA

aceite estuvo representado por

OleoAlmanzora y Caribata

Cocktails, con sus mojitos. Fi-

nalmente, el toque innovador lo

ha dado Seronés Artesanos,

como la empresa más joven con

sus quesos de cabra, que inicia

con Diputación este camino ha-

El presidente de la Diputación

de Almería, Gabriel Amat, no se

quiso perder este evento y estu-

vo apoyando a las entidades al-

merienses durante el segundo día

de feria. De hecho, para Amat.

este escenario "es una gran pla-

cia la promoción nacional.



Gabriel Amat no quiso perder la ocasión de acompañar al chef José Álvarez durante la exhibi-

alizado durante los tres días de

ción de cocina en vivo que realizó con la materia prima almeriense. De hecho, el chef, con una estrella Michelín desde hace 11 años, logró conquistar a un nutrido público que se interesó tanto por su cocina como por los productos de Almería.

ENCUENTROS COMERCIALES

El stand no ha sido el único espacio en el que se realizaron actividades diarias, ya que las empresas almerienses también tuvieron la oportunidad de asistir a una serie de encuentros comerciales que tuvieron lugar en el 'meeting point' con empresas distribuidoras y clientes procedentes de 20 países; así como también la exhibición, en el escenario central, de los productos de Almería.

En lo que se refiere al Encuentro Internacional de Compradores de Alimentación y Bebidas, desde Diputación se dio a conocer que las entidades se mostraron muy satisfechas, porque la agenda de contactos estaba cerrada con cadenas de distribución y clientes interesados,



El chef, Sergi Arola, visitó el stand de la Diputación de Almería. /FHALMERIA

GABRIEL AMAT, PRESIDENTE DE DIPUTACIÓN

"Almería ha alcanzado todas sus metas gracias al esfuerzo y trabajo de todos los almerienses"

Pregunta.- Un año más, la Diputación de Almería respalda la participación de empresas de la provincia en Andalucía Sabor. ¿Hasta qué punto considera fundamental este apoyo institucional al sector agroalimentario?

Respuesta.- Este equipo de Gobierno ha apostado siempre por este sector y por ello ha establecido una relación de colaboración con las pequeñas y medianas empresas de la provincia de Almería. Sabemos que el sector de la agroalimentación es un motor de generación de empleo y riqueza y desde la Institución queremos estar al lado de nuestros empresarios, arropándolos en ferias como 'Andalucía Sabor' e impulsando campañas de promoción dentro y fuera del territorio provincial.

P.- Andalucía Sabor difiere mucho de ferias como Fruit Attraction o Fruitlogistica, sin embargo, año tras año, las empresas almerienses apuestan más por su presencia en este evento. ¿Por qué cree que hay que estar en Andalucía Sabor?

R.- Andalucía Sabor es un gran escaparate en el que

previamente, por sus produc-

Uno de los aspectos más des-

tacados de esos tres días de fe-

tos.

mostrar que los productos de Almería son totalmente diferentes de los del resto de España. Ninguna provincia cuenta con un clima tan benigno, una diversidad geográfica tan grande; ni con productos que conjugan lo artesano con lo innovador.

P.- Los últimos datos de exportación de la Comunidad Autónoma sitúan, una vez más, a Almería, líder en ventas al exterior. ¿Cree que la participación en este tipo de eventos contribuye a la mejora de estas cifras? R.- Almería es una provincia que ha alcanzado todas sus metas gracias al esfuerzo y al trabajo de los almerienses. Si la provincia lidera las ventas al exterior es gracias a las empresas de la industria agroalimentaria, pero, está claro, que la promoción y la participación en ferias permite dar a conocer y consolidar la marca 'Almería'.

P.- ¿Qué importancia otorgan desde la Institución provincial a este tipo de eventos? ¿Sigue haciendo falta una mayor promoción de la agricultura almeriense?

R.- Para la Institución Provincial es una prioridad.

Por otro lado, cabe destacar que

da, puesto que facilita el acceso a

esta feria a empresas que, de otra manera, no podrían hacerlo.

Nuestro deseo siempre es que las pequeñas y medianas empresas de la provincia tengan la oportunidad de abrir nuevos mercados y establecer acuerdos comerciales, y escenarios como Andalucía Sabor son los más indicados para conseguirlo. El trabajo que se ha realizado en los últimos años ha sido ingente, hemos multiplicado la inversión en promoción del sector y hemos impulsado grandes eventos a nivel provincial. Cuantas más administraciones v empresas se sumen a la promoción de los productos de la provincia, mejores resultados se obtendrán.

P.- El agroalimentario es el pilar fundamental sobre el que se sustenta la economía provincial. En cualquier caso, ¿qué le sigue faltando para incrementar su competitividad?

R.- En los últimos años siempre se ha hablado mucho de la importancia de la concentración de la oferta. Yo considero que la clave de nuestra competitividad reside en ella. Tenemos unos productos muy buenos, un campo pionero en materia de lucha integrada y sólo nos falta una unión que nos permita consolidar la marca Almería en los diferentes mercados en los que opera.

P.- La nueva campaña agrícola, prácticamente, acaba de comenzar, ¿qué objetivos se ha marcado la Diputación provincial en este sentido?

R.- Estaremos al lado de todos los productores y agri-



cultores de la provincia en materia de promoción de los productos de cualquier gama. Las competencias de la Diputación son muy limitadas en materia de Agricultura, pero hemos impulsado obras que han mejorado las explotaciones agrícolas a través del arreglo y asfaltado de los caminos rurales que les dan acceso a las mismas.

P.- ¿Hasta qué punto existe colaboración entre las diferentes administraciones para el apoyo al sector?

R.- Menos de la que nos gustaría. Hay una administración que es la que más competencias tiene para ayudar al sector y estaríamos encantados de que ella fuera la que liderara las sinergias entre las diferentes administraciones.

P.- En líneas generales, ¿cómo ve el inicio de la nueva campaña agrícola?
R.- La campaña agrícola ha

tenido un inicio muy dispar.

precios buenos, pero que podrían ser aún mejores; y hemos sufrido una serie de incidencias climatológicas que han afectado a numerosas explotaciones agrícolas. Confío en que el paso de los días y las semanas puedan hacer que ésta sea una gran campaña para los agricultores almerienses.

P.- La agricultura almeriense es reconocida en todo el mundo, en parte, gracias a su importante labor de investigación. ¿Cree que la innovación es, precisamente, el mejor camino para seguir creciendo? R.- La innovación no es sólo un camino a seguir, sino que es un pilar de la agricultura almeriense. Pero también lo son la comercialización y la producción. Estos tres factores son los que han colocado al agro almeriense en el lugar en el que se encuentra en la actualidad.





Empresarios almerienses junto a Gabriel Amat, Óscar Liria y el alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, entre otros. /FHALMERIA

ria fue que el chef internacional Sergi Arola visitó el stand de Almería y se interesó por los productos que se producen en el territorio provincial. De hecho, desde Diputación explicaron que, tras conversar con el diputado de Agricultura sobre la diversidad y el carácter artesano

de la producción almeriense. Li-

ria invitó a Arola a disfrutar de

la exhibición de José Álvarez con la materia prima almerien-

Kiwa ofrece una charla para dar a conocer las novedades de la nueva norma IFA v5

Estas charlas se realizan debido a la necesidad que tienen los técnicos de las empresas de ir cambiando sus protocolos en función de la nueva versión

Elena Sánchez

El pasado miércoles, 23 de septiembre, Javier García, GlobalG.A.P. Scheme Manager, impartió una charla en La Envía Golf, con el objetivo de informar sobre la nueva versión de la norma IFA de GlobalG.A.P y sus cambios respecto a la versión anterior. En este sentido, García explicó que el objetivo general de esta nueva versión es responder a las necesidades de productores y sus clientes, además de que los objetivos de cambio en el reglamento general son simplificar y aclarar la norma, eliminar duplicaciones, mejorar la estructura, consolidar la información que estaba dispersa en varios documentos normativos o mejorar la eficiencia de inspecciones y auditoría, entre otros.

En junio de 2013 fue cuando comenzó a revisarse la norma, mientras que en 2014 fue cuando se presentó el primer borrador, que se fue modelando hasta que, en diciembre de ese mismo año, se llevó a cabo la presentación del borrador oficial. Seguidamente, en julio de 2015, según Javier García, llegó la publicación de la versión definitiva, y en julio de 2016 será cuando se empiece a aplicar, por lo que "todos los certificados que se emitan a partir de ese mes tienen que ser en versión 5". Tras presentarse el borrador, un total de 17 auditorías de prueba, en 9 países, fueron las que se realizaron, con las que se "pudo observar cómo afectaban los cam-

La nueva norma IFA v5 tiene 24 requisitos nuevos y 180 puntos de control, que cambian de la v4 a la v5. La más importante, según García, es que "el inventario de fitosanitarios y fertilizantes no se hará cada tres meses, sino que va a ser continuo". Igualmente, hay 29 puntos que cambian de nivel de importancia, se han eliminado



Javier García, GlobalG.A.P. Scheme Manager, fue el encargado de dar la charla. /E. S. G.



Decenas de personas asistieron a esta interesante charla. /E. S. G.

3 requisitos y 37 se mantienen igual, no cambian.

REQUISITOS MAYORES

Los nuevos requisitos mayores son varios. El primero de ellos, AF 15.1 Declaración de Política de Seguridad Alimentaria, la cual "debe ser renovada anualmente, obligatoriamente". El segundo requisito mayor es CB 5.4.2 Licencia de Extracción de Agua, en el que cuando las licencias o permisos de extracción de agua indiquen restricciones específicas, éstas hay que justificarlas y asegurar que se cumplen. De hecho, Javier García explicó que "los registros deben mantenerse y estar disponibles para demostrar que esas restricciones se están cum-

El tercer nuevo requisito es FV 4.1.1 Análisis de riesgos microbiológicos del agua (pre-cosecha), punto en el que hay que confirmar que se ha realizado este análisis que cubre todas las fases previas a la cosecha. Y es que es necesario que incluya la fuente de agua, la proximidad a potenciales fuentes de contaminación, el momento de la aplicación, método de aplicación o lugar de la aplicación.

La FV 4.1.2 Frecuencia del Análisis de riesgos micriobioló-



 \blacksquare Todas las personas que participaron en la jornada tomaron notas continuamente. /E. S. G.

gicos del agua es un requisito menor si la empresa se audita antes de julio de 2016, sin embargo, pasará a ser mayor a partir de esa fecha

En la frecuencia de los análisis se establece que no es necesario una frecuencia mínima si el producto se cocina siempre antes de ser consumido o si el producto no siempre se cocina, pero el agua no entra en contacto con la parte recolectable del producto. Asimismo, se establece que se deberá realizar un análisis por ciclo de cultivo si no siempre se cocina, el agua entra en contacto con la parte recolectable del producto, pero la fuente de agua no es vulnerable a la contaminación.

Finalmente, el último de los requisitos mayores, el FV 4.1.3 Plan

de Acción para prevenir la contaminación por el agua pre-cosecha establece que cuando el plan de acción sea necesario habrá que tomar las medidas necesarias para prevenir la contaminación del producto.

Durante la jornada también se habló de los requisitos menores y de otros aspectos que, los allí asistentes, creyeron importantes. MÁS DE 25 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL SECTOR

Import Export Fruva S.L., especialistas en pimiento durante todo el año

Al ser cultivado en la zona de Dalías, este producto ofrece frutos con una pared más gruesa y de mayor consistencia

Elena Sánchez

mport Export Fruva S.L. es una Lempresa hortofrutícola que está especializada en producción, manipulado, envasado y comercialización de pimiento, calabacín, berenjena, espárrago, guisante y tomate durante los doce meses del año, así como también, durante la época estival, oferta a sus clientes la posibilidad de demandar melón y sandía. Pero, esta entidad, ubicada en Dalías, se caracteriza, sobre todo, por un aspecto



Pimiento California tricolor de Fruva S.L. /FHALMERÍA

concreto, son especialistas en pi- tivarse en la zona de Dalías, que miento, una hortaliza que destaca del resto de la provincia al cul-

gracias a su microclima, ofrece frutos de pared más gruesa, lo que

permite que el pimiento tenga una mayor consistencia, así como una vida útil más larga.

Fruva S.L. es una empresa que, cada año, continúa evolucionando, con el fin de estar a la vanguardia del sector. Por ello, hace unos meses presentó su sistema de envasado Girsac, un nuevo formato para pimientos, perfecto para supermercados y venta directa, que está teniendo gran aceptación en el mercado.

En los últimos años, esta entidad ha realizado, además, una gran inversión en la última tecnología en cuanto a máquinas de envasado se refiere, lo que le permite innovar y ofrecer, continuamente, un producto adecuado cien por cien a las necesidades de sus clientes y mercados. Todo ello, sin olvidar que sus productos cuentan con los certificados de calidad GlobalG.A.P., BRC, IFS, así como también están en proceso de certificación de GRASP, con el fin de asegurar, siempre, las máximas garantías de calidad y seguridad alimentaria.

COMERCIALIZACIÓN

Fruva S.L. opera tanto en el mercado nacional como en el exterior, llegando a cada punto de la geografía con un transporte seguro y directo, siempre cumpliendo con los estándares de higiene, los cuales garantizan la llegada del producto fresco a su destino. De hecho, la organización logística de esta empresa le permite atender pedidos diariamente y de todos los tamaños.

Pimientos - Tomate - Berenjena - Calabacín - Pepino - Espárragos - Melón - Sandía











IMPORT - EXPORT FRUVA S.L. Ctra. Berja, S/N 04750 - Dalías, Almería (España).

Tel: + 34 950 494 600 Fax: + 34 950 494 633

E-mail: antonio@fruva.com







Evaluación de la eficacia del nuevo ELIO® (Ciflufenamida 10% p/v SC) para el control de oídio en tomate

M. González Fernández y D. Meca Abad (Cajamar) M. Ruiz García, C. Gil Lozano, JL. Martínez Escobar y Joan Prades i Latorre (Sipcam Iberia S.L.)

LIO® es un formulado a base de la nueva molé-✓ cula ciflufenamida (NF) 14 9), única representante del grupo químico de las fenilacetamidas (amidoximas) con modo de acción diferente al de otros fungicidas con acción antioídio existentes actualmente en el mercado, con los que no presenta resistencia cruzada. Ciflufenamida es una materia activa para el control, principalmente, de distintas especies de oídio de numerosos cultivos que actúa inhibiendo la formación de haustorios, el crecimiento del micelio y la producción de inóculo, mostrando elevada capacidad para fijarse en las ceras de la cutícula de las hojas de las plantas así como una buena actividad translaminar, en fase vapor, poseyendo una larga persistencia.

ANTECEDENTES Y OBJETI-VO DEL ENSAYO

Sipcam Iberia y Cajamar llevaron a cabo conjuntamente este ensavo en las instalaciones de Estación Experimental "Las Palmerillas" de Cajamar Caja Rural con el fin de evaluar la eficacia de ELIO (ciflufenamida) para el control de oídio en tomate dentro de una estrategia de control y sólo, contrastando su eficacia con programas de control de la enfermedad estándar de la zona, que en la actualidad ponen en práctica las empresas hortofrutícolas asociadas a Coexphal (Asociación de Cosecheros y Exportadores de Productos hortofrutícolas de la provincia de Almería).

MATERIAL Y MÉTODOS

Descripción del invernadero

El ensayo se llevó a cabo en el invernadero multicapilla de la Estación Experimental "Las Palmerillas" de Cajamar Caja

ESTRATEGIAS	TRATAMIENTO 1 25/09/2013	TRATAMIENTO 2 21/10/2013 (26 DDT1)	TRATAMIENTO 3 8/11/2013 (18 DDT2)	TRATAMIENTO 4 22/11/2013 (14 DDT3)	TRATAMIENTO 5 17/12/2013 (25 DDT4)
ESTÁNDAR	Flutriafol 12,5% SC (0,15%) + Sufrevit (0,2%)	Flutriafol 12,5% SC (0,15%) + Sufrevit (0,2%)	Azoxystrobin 25% SC (0,1%)	Azoxystrobin 25% SC (0,1%)	Flutriafol 12,5% SC (0,15%) + Sufrevit (0,2%)
MIXTA	Elio (0,15 l/ha)	Elio (0,15 l/ha)	Azoxystrobin 25% SC (0,1%)	Azoxystrobin 25% SC (0,1%)	Flutriafol 12,5% SC (0,15%) + Sufrevit (0,2%)
ELIO	Elio (0,15 l/ha)	Elio (0,15 l/ha)	Elio (0,15 l/ha)	Elio (0,15 l/ha)	Elio (0,15 l/ha)

■ TABLA 1. Estrategias de control de oídio llevadas a cabo a lo largo del ciclo de cultivo. SUFREVIT (Azufre 80% p/v SC), ELIO (Ciflufenamida 10% p/v SC). A todas las aplicaciones se les añadió ELOGIUM (Alquil-Poliglicol (Eter) 20% p/v) a la dosis de 0,05%. /fhalmería

de 32 m2.

Descripción del cultivo

El ensayo se realizó en un cultivo de tomate en ramo corto, cv. Mayoral sin injertar en bolsas de fibra de coco, que se trasplantó el 8 de agosto de 2013 y finalizó el 22 de enero de 2014 (ciclo de 167 días). Se introdujo la primera colmena de Bombus terrestris el 28 de agosto para realizar la polinización. Para la gestión de las plagas se realizó la biopropagación de Nesidiocoris tenuis desde semillero a una dosis de 0.25-0.50 individuos por m2.

TESIS ENSAYADAS Y CALENDARIO DE TRATA-MIENTOS

A lo largo del cultivo se realizaron los tratamientos antioídio que se consideraron necesarios en función de los resultados de las valoraciones de la enfermedad llevadas a cabo. cinco en total.

cabo fueron las siguientes:

ESTÁNDAR: consensuada con la comisión de técnicos de Coexphal, en función de las estrategias habituales en la actualidad en campo. Para hacer manejo correcto de las resistencias se decidió combinar materias activas pertenecientes a grupos químicos distintos (triazoles y estrubirulinas).

ELIO: se realizaron tantas aplicaciones como fueran ne-

Rural construido en 2011 con se establecía según las valorauna superficie de 912 m2, con ciones realizadas (estrategia doble puerta y una antecámara para demostrar la eficacia del producto pero que no será real, ya que el producto tiene una limitación de dos aplicaciones

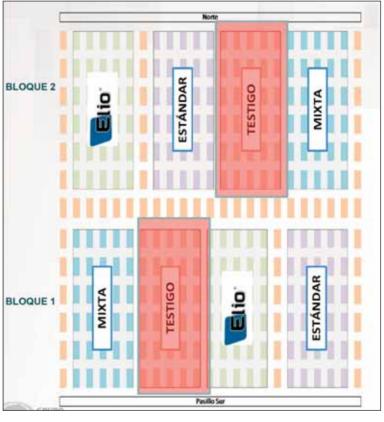
por campaña para preservar la aparición de resistencias).

MIXTA: equivalente a la estrategia estándar pero en ella se incluyeron dos aplicaciones de ELIO cuando se estimó oportuno en sustitución de otras materias activas de otros grupos químicos usados habitualmen-

TESTIGO, sin aplicación de productos antioídio, si bien se aplicó agua para evitar diferencias en las poblaciones de N. tenuis cuando no se aplicaban otros productos de mantenimiento para otras plagas y enfermedades (ver Tabla 1).

VALORACIONES Y ANÁLI-SIS DE RESIDUOS

Para evaluar la eficacia de las distintas estrategias sobre el control de oídio se realizó un seguimiento semanal según la metodología nº 516 de la EPPO ("European and Mediterranean Plant Protection Organization) para esa enfermedad. Además se realizó un seguimiento semanal de la presencia de Nesidiocoris tenuis para ver el efecto de las distintas tesis sobre sus poblaciones. Con el fin de detectar la presencia de residuos, en todas las tesis se realizó un



Las estrategias llevadas a FIGURA 1. Croquis de la distribución de las tesis del ensayo. /FHALMERÍA

⇔ (Sigue en la página 62

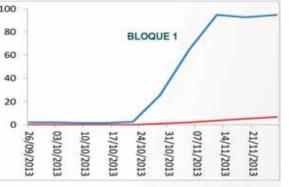
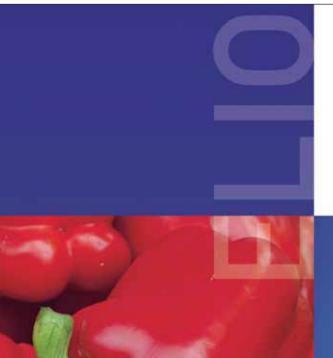




FIGURA 2. Evolución % de plantas afectadas (frecuencia) y % superficie foliar afectada (intensidad) de oídio en los testigos cesarias y con la cadencia que entre el BLOQUE 1 y el BLOQUE 2. /FHALMERÍA







ELIO®

EL ANTI-OÍDIO QUE ELEVA TU RENTABILIDAD



- Nuevo anti-oídio para cucurbitáceas y solanáceas.
- Elevada eficacia contra las principales especies causantes de oídio y oidiopsis.
- Gran persistencia. Menos tratamientos por ciclo.
- Nueva familia química (herramienta para evitar la aparición de resistencias).
- Rápido perfil de degradación de residuos y plazo de seguridad reducido (1 día).

- Sin clasificación toxicológica.
- Compatible con OCBs, polinizadores y beneficiosos.
- Incluido en el Reglamento de Producción Integrada de Hortícolas en Protegido de Andalucía y en Listas/Protocolos de normas de calidad.
- Máxima selectividad al cultivo.



INVESTIGACIÓN

☼ (Viene de la página 60)

análisis multiresiduo para detectar la posible presencia de las materias activas empleadas en las distintas tesis.

DISEÑO EXPERIMENTAL

El invernadero se dividió en dos bloques por tesis. Cada bloque contenía una repetición de cada tesis. En cada bloque las tesis estaban distribuidas totalmente al azar (*Figura 1*). Las estrategias a ambos lados del testigo en el Bloque 1 se vieron afectadas por esta importante fuente de inóculo.

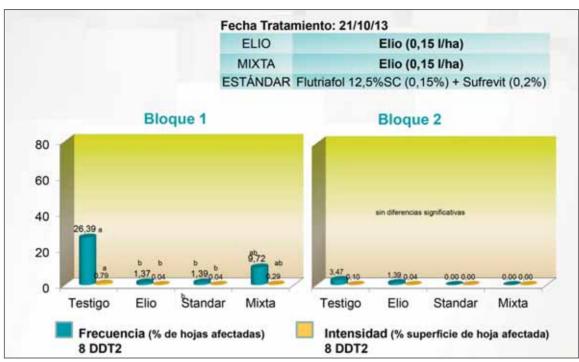
RESULTADOS

La presencia de enfermedad en el testigo fue patente a partir del día 10 de octubre (15 DDT1), siendo desde el primer momento la incidencia de oídio en los testigos diferente en los dos bloques (Fig. 2). En el Bloque 1 el porcentaje de hojas afectadas empezó a aumentar rápidamente a partir del 24 de octubre, llegando al 100% de hojas afectadas hacia mediados de noviembre. En el Bloque 2 la incidencia de oídio fue menor, y el progreso de la enfermedad más lento, no superando la frecuencia de la enfermedad el 40% y siendo la intensidad de la enfermedad muy baja en este bloque.

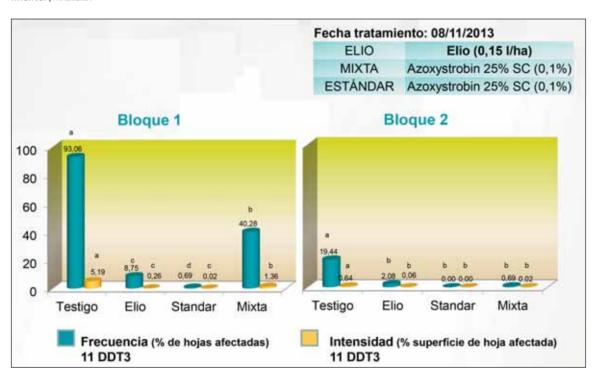
EFICACIA DE LAS DIFE-RENTES ESTRATEGIAS EN EL CONTROL DE OIDIO

Ocho días después del primer tratamiento, tanto frecuencia como intensidad de la enfermedad en todas las tesis son muy bajas aunque siendo significativamente mayor en el testigo con respecto al resto de tesis. La presión de la enfermedad empieza a verse a partir del segundo tratamiento, que es cuando se evidencian diferencias de incidencia de oídio entre un bloque y otro.

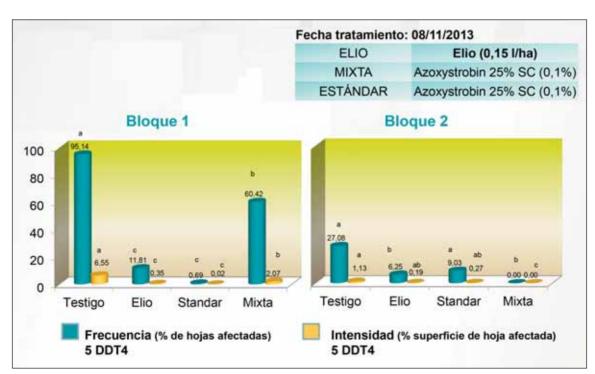
La presencia de enfermedad en el Bloque 1 fue más alta a lo largo de todo el ensayo y significativamente superior que en el resto de las tesis. Sin embargo, en este momento, en el Bloque 2, tanto la frecuencia como la intensidad de la enfermedad fueron muy bajas y sin diferencias entre las estrategias. 11 días después del tercer tratamiento la situación empeoró significativamente en los testigos, con un 93% de hojas con



■ GRÁFICA 1. % de hojas afectadas y % superficie de hojas con daños de oídio por bloques, 8 días después del segundo tratamiento. /FHALMERÍA



GRÁFICA 2. % de hojas afectadas y % superficie de hojas con daños de oídio por bloques, 11 días después del tercer tratamiento. /FHALMERÍA



■ GRÁFICA 3. % de hojas afectadas y % superficie de hojas con daños de oídio por bloques, 5 días después del cuarto tratamiento. /FHALMERÍA

presencia de oídio en el Bloque 1, y aumentando en el Bloque

Por otro lado, en el Bloque 1 la frecuencia era muy baja tanto en la estrategia estándar como en la estrategia ELIO, sin embargo en la estrategia MIX-TA, situada en ese bloque junto al testigo, y en la que se aplicó Azoxystrobin 25 SC, en este tercer tratamiento, la incidencia de la enfermedad alcanzó valores de intensidad y significativamente diferentes todas al testigo (*Gráfica 2*.).

Cabe señalar, que las estrategias a ambos lados del testigo en el BLOQUE 1 se vieron afectadas esta fuente de inóculo (Estrategia Mixta y Estrategia ELIO) no así en el BLOQUE 2 en el que habiendo presencia e incidencia de enfermedad de manera más moderada, no se observó esta interferencia en las estrategias. (Gráfica 3) Después del quinto y último tratamiento, aplicado el 17 de diciembre la situación era muy similar a la descrita después del tratamiento 4.

EVOLUCIÓN DE LAS POBLACIONES DE NESI-DIOCORIS TENUIS

Los niveles poblacionales de adultos y ninfas de N. tenuis fueron los mismos independientemente de la estrategias de control de oídio aplicadas. Ninguno de los tratamientos aplicados tuvo efectos negativos sobre las poblaciones de este auxiliar.

ANÁLISIS DE RESIDUOS

La ciflufenamida muestra un perfil de degradación muy rápido e interesante.

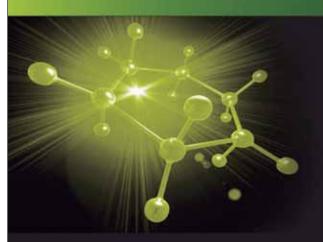
CONCLUSIONES

Según los resultados obtenidos, es posible afirmar que el ELIO (ciflufenamida 10% p/v (100g/l) SC) se presenta como una nueva herramienta que contribuye eficazmente al control del oídio en el cultivo de tomate. El ELIO presenta un perfil de degradación muy rápido que permite su empleo en estrategias de control de oídio sin que se incremente el número de materias activas detectadas al final del cultivo. Por otra parte, el coste de una estrategia de control de oídio en tomate en la que se incluya Elio resulta económicamente interesante.



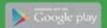
BLACKJAK

EL BIOESTIMULANTE DE ÚLTIMA GENERACIÓN



- Máxima rentabilidad: más cobertura con pequeñas dosis.
- Cómodo y práctico: solubilidad inmediata y pH ácido.
- Potencia tus abonos, correctores y fitosanitarios.
- BIOACTIVADOR: mejora la germinación y el crecimiento radicular.

sipcamiberia.es



Aplicación BLACKJAK disponible para dispositivos móviles Android



Compatibilidad de ALIGN® con Nesidiocoris tenuis en tomate (sueltas en semillero) Posicionamiento técnico para optimización de resultados

Marta Ruiz García Celestino Gil Lozano Sipcam Iberia, S.L.

Control biológico en tomate protegido.

a suelta de Nesidiocoris tenuis generalizada desde semillero permite que en las primeras fases del cultivo las plagas estén bajo control sin necesidad de realizar muchos tratamientos y limitándolos a que se hagan con productos compatibles. Por otro lado, la climatología y condiciones del otoño del sur de España hacen que exista una necesidad real de bajar las poblaciones de Nesidiocoris tenuis ya que sus niveles poblacionales con frecuencia aumentan excesivamente, llegando a ser un problema para el cultivo por los daños que le cau-

Pruebas de campo en invernaderos comerciales

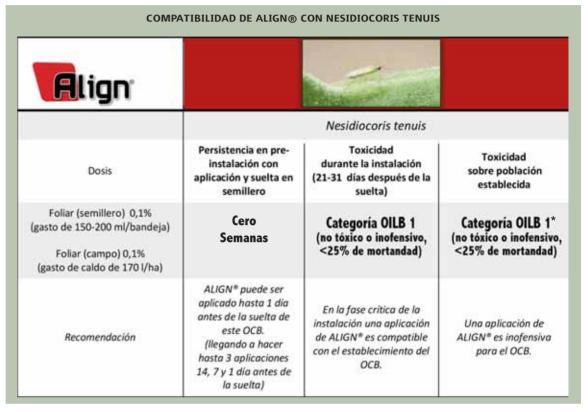
El departamento de desarrollo de Sipcam Iberia llevó a cabo una serie de pruebas en campo en 2013 en Níjar (Almería), en las que se pudo observar lo siguiente:

- Dos aplicaciones de ALIGN® en un ciclo de otoño durante la fase crítica (entre 21 y 31 días después de la suelta) no suponen un problema para la instalación de N. tenuis (Ver figura 1).
- La parcela tratada con ALIGN® presentó unos niveles poblacionales de N. tenuis inferiores a la estándar con diferencias estadísticamente significativas (Ver figura 2).
- Como consecuencia de menores niveles poblacionales de N. tenuis, la parcela tratada con ALIGN® presentó menor nivel de daños provocados por N. tenuis también con diferencias estadísticamente significativas (Ver figura 3).

POSICIONAMIENTO TÉCNICO PARA **OPTIMIZACIÓN DE RESULTADOS**

Entre 2-3 aplicaciones de ALIGN® en post-trasplante al 0,1%, con volúmenes de caldo entre 200-500 l/ha y cadencias de 7-15 días permiten:

- 1. Que N. tenuis se instale sin problemas. (Producto
- 2. Que los niveles poblacionales de N. tenuis se mantengan en niveles adecuados pero no causen daños al cultivo, evitando de ese modo tener que hacer aplicaciones para reducir la población del OCB. (Efecto freno)
- 3. Que se mantenga el cultivo libre de plagas: ALIGN® tiene un espectro de control mucho más amplio que otros productos habitualmente empleados en esas fases del cultivo y de instalación del OCB. (Amplio espectro)
- 4. Que se reduzca la transmisión de virosis debido al control preventivo del ALIGN® sobre los vectores. (Control de vectores)



Persistencia: En semanas, período que debe pasar entre la aplicación y la suelta del OCB. Toxicidad: Categoría OILB (Organización Internacional de Lucha Integrada y Biológica). /* Información cedida por Koppert España

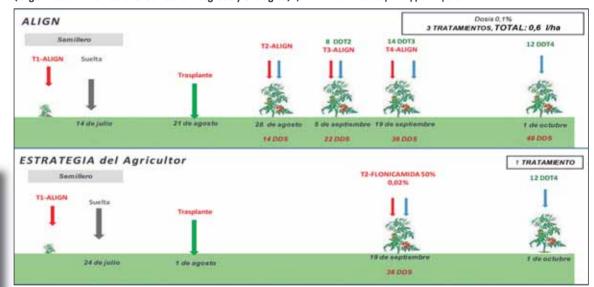


Figura 1. Diagrama de tratamientos en tomate protegido, Almería 2013.



(DDS = Días después de la suelta)







Figura 3. Valoración de daños en tallos y hojas por N. tenuis.







Tuta Absoluta copyright Marja van der Straten, NVWA plant protection service



Bemisia Tabaci copyright W Billen Pflanzenbeschaustelle, Weil am Rhein



Frankliniella Occidentalis copyright Jack T. Reed, Mississippi State University







NO TRATES CONTRA NESI, MEJOR PREVÉN CON ALIGN®

- Insecticida de origen vegetal con certificación para Agricultura Ecológica.
- Mantiene el cultivo libre de plagas: ALIGN[®] tiene un espectro de control muy amplio actuando sobre moscas blancas, orugas, trips, minadores entre otros.
- La aplicación de ALIGN[®] en post-trasplante en tomate protegido permite que se instale **Nesidiocoris tenuis** sin problemas. A su vez se consigue mantener el **Nesidiocoris tenuis** en niveles poblacionales que no causan daños a la planta evitando hacer aplicaciones para reducir las poblaciones.
- Rápida degradación de sus residuos favoreciendo la consecución del Residuo Cero.



SECTOR ECOLÓGICO



Biotec Family está asentada en sus nuevas instalaciones desde hace cuatro años, aunque la empresa nació en 2004 y, en sus orígenes, se encontraba ubicada en la Venta del Pobre. /FHALMERIA

Biotec Family pone en marcha una nueva línea de conservas y añade el pimiento a su oferta ecológica

El objetivo de la empresa es ampliar su gama de productos con el fin de poder satisfacer las demandas de sus clientes

Elena Sánchez

 $B_{
m perativa}^{
m iotec}$ Family es una cooperativa hortofrutícola que se dedica a la producción ecológica. Su objetivo es poder ofrecer una gran gama de productos ecológicos frescos a sus clientes durante todo el año. Por este motivo, en la presente campaña se ha ido más allá y desde la cooperativa han decidido la incorporación del pimiento a su amplio catálogo en el que ya cuentan con tomate cherry, cherry pera, cherry rama, tomate pera, tomate rama, tomate redondo, tomate asurcado, pepino, calabacín, berenjena y sandía.De hecho, la sandía es





■ Tomate triturado y variedad de hortalizas ecológicas de Biotec Family. /FHALMERIA

uno de sus productos principales durante el verano y su producción, el año pasado, superó las 2.500 toneladas

Según comenta Isidoro Sán chez, comercial de Biotec Fa-

mily, "este año vamos a volver a incluir el pimiento California en nuestro catálogo, debido a que nuestros clientes nos lo están demandando y las condiciones climáticas de Níjar lo permiten". Sin embargo, la capacidad evolutiva de esta empresa no se queda ahí, ya que también está poniendo en marcha una nueva línea de conservas, "con el fin de dar valor añadido a aquellos productos que no están dentro de los estándares de calibre, forma, color, etc. Por este motivo, nuestra intención es elaborar nuevos productos como pimiento asado, tomate triturado, tomate frito, mermelada, pimiento seco, etc".

PRODUCCIÓN

La campaña pasada 2014-2015, Biotec Family produjo entorno a 9.000 toneladas de hortalizas ecológicas. Para José Rodríguez, presidente de la cooperativa, "los esfuerzos por organizar las producciones de los agricultores en relación a las necesidades de clientes no cesan y, año a año, debemos luchar por mantener los estándares de calidad y el servicio al cliente".

El sector ecológico, en la provincia almeriense, tiene un buen futuro. Según Biotec Family, "este año se ha podido ver que

SECTOR ECOLÓGICO



El calabacín es uno de los productos ecológicos dentro de la amplia oferta de la empresa. /FHALMERIA

hay muchas más empresas que se dedican a la producción ecológica, además de que también estamos viendo otras que se dedican al producto convencional y que empiezan a abrir líneas de ecológico. Asimismo, la demanda es bastante grande, tanto por parte de las cadenas de supermercados como de consumidores europeos, por lo que creo que cada vez habrá más cooperativas que se dediquen a este sector y más agricultores que se especialicen en ecológico". De hecho, según Isidoro

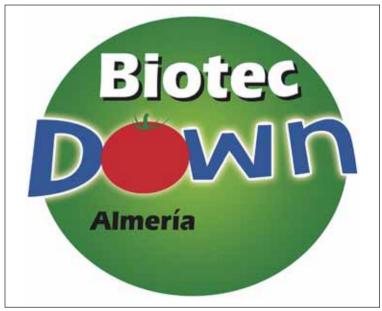
Sánchez, en Biotec Family, "los resultados que estamos teniendo, por el momento, son buenos y esperamos mantener el crecimiento ligero que hemos logrado en los últimos años. Para conseguirlo, debemos ir progresando cada día, en todos los puntos de la cadena de producción. Lo más importante es mantener una regularidad en la oferta y calidad de los productos".

BIOTEC DOWN ALMERÍA

Biotec Family es una cooperativa que está concienciada con la posibilidad de que una sociedad diferente es posible, sin barreras y "con la igualdad por bandera", de ahí, a que haya creado Biotec Down Almería, una acción conjunta con la Asociación de Síndrome de Down Almería para la integración social y laboral de estos jóvenes. En este sentido, Biotec Family contará con un grupo de personas con Síndrome de Down para que puedan comenzar a trabajar en sus propias instalaciones, que se encuentran ubicadas en Campohermoso, Níjar.



Línea de tomate pera. /FHALMERIA



Logo que ha adoptado la empresa para esta nueva iniciativa. /FHALMERÍA

Nuestros certificados: Agricultura Ecológica (Reglamento 834/2007) - Naturland - Biosuisse Global G.A.P. - BRC - IFS





BY ECO MY FRIEND Producimos tradición. Exportamos sabor.





E-mail: comercial@biotecfamily.com Tel: + 34 950 52 52 82

Cristalplant acude a Madrid para conocer los últimos avances del sector hortofrutícola

El equipo comercial estará en la feria con el fin de poder encontrarse tanto con sus clientes actuales como con potenciales

■ Elena Sánchez

rupo Cristalplant, que cuen-Uta con nueve delegaciones entre Almería, Granada y Sevilla, viaja a la nueva edición de Attraction con "la necesidad de seguir aprendiendo de un sector que está en constante evolución, para poder aplicar estos conocimientos y lograr productos que satisfagan las demandas de nuestro campo", explica José Blanco, director general de Cristalplant. De hecho, para el semillero, Fruit Attraction



Interior de un semillero de Cristalplant. /FHALMERÍA

el arranque de la campaña, que nuestros clientes". siempre nos ayuda a conocer nuevos amigos y, por supuesto,

"supone un foro de encuentro en a estar en un entorno distinto con

Al igual que ya ocurriera en la pasada edición, Cristalplant va a acudir a Madrid con su equipo comercial y que, "aunque no contamos con stand, seguro que lograremos hacernos notar con acciones importantes para nuestro semillero, así como de repercusión para nuestros clientes, siempre buscando la calidad del producto y del servicio que llevamos a cabo", indica Blanco.

GRAN MOMENTO

Para Grupo Cristalplant, la feria llega en un "buen momento, ya que nos acaban de galardonar con un premio en la categoría de economía del Poniente almeriense, después de una campaña que nos ha salido francamente bien a todos los niveles, desde la planificación hasta la producción, logística, administración, resultados, etc. Nos encontramos en una tendencia positiva, ascendente, en la que estamos trabajando por mantener y mejorar el servicio a nuestros agriculto-

EVENTO FUNDAMENTAL

No cabe duda que este tipo de eventos, para el director general de Cristalplant, "son fundamentales para la campaña almeriense, por fecha, por poder de convocatoria, por localización, etc. Así se dinamiza el sector y da la oportunidad de poder contactar, en un corto periodo de tiempo, con una gran cantidad de clientes potenciales, además de que, también, podemos encontrarnos con nuestros clientes y amigos y hacer balance de la campaña pasada, sacar conclusiones y plantear el presente ejercicio".



AMPLIA GAMA DE PRODUCTOS

UPL lleva a Fruit Attraction sus últimas novedades en soluciones fitosanitarias

Esta empresa global del sector agrícola propone soluciones para todos los cultivos, invirtiendo en herramientas innovadoras

CIA

TPL está presente del 28 al 30 de octubre en la séptima edición de Fruit Attraction, el evento nacional por excelencia del sector de las frutas y hortalizas, con stand propio (9D14A). UPL, empresa global del sector agrícola, propone soluciones para todos los cultivos y, de hecho, la empresa invierte en soluciones innovadoras como las formulaciones Disperss®, que todos los visitantes al evento podrán descubrir en su stand. Aunque no se-



Logo Disperss®. /FHALMERÍA

rán los únicos productos de la firma con presencia en la feria.

En este sentido, desde UPL han apuntado que, a lo largo de los tres ■ Cultivo de tomate en un invernadero de Almería. /FHALMERÍA

a su stand podrán conocer sus novedades en soluciones fitosanitarias, entre ellas, por ejemplo,

días de feria, quienes se acerquen Penncozeb Flo, mancozeb 50% SC, un fungicida multi-sitio con excelente capacidad de recubrimiento del vegetal y altamente efi-

caz contra numerosas enfermedades en frutales y hortícolas. Junto a este fungicida, la empresa también mostrará Thiopron, una formulación especial que actúa como potenciador de mezclas en el tanque, con efecto sobre la pulverización, la aplicación y un efecto anti-lavado, el 'rain free protection'.

NOVEDADES DISPERSS

Con respecto a sus formulaciones Disperss, UPL aprovechará su presencia en la feria para mostrar Cuprofix C Disperss, un equilibrio perfecto, formulado con la Tecnología Disperss para prevenir y controlar eficazmente repilo y antracnosis en olivar.

Asimismo, los visitantes al stand de UPL podrán conover Optix R, una mezcla que ya es una realidad. Y es que UPL presenta esta nueva herramienta formulada con la Tecnología Disperss y altamente eficaz para el control de mildiu en viña.

Por último, desde la empresa han apuntado que quienes visiten su stand podrán, además, ganar un Iphone 6S.



Frío Ejido rinde homenaje a su fundador en la celebración de su 25⁰ Aniversario

La empresa, que cuenta con una de las mayores flotas de la provincia, congregó a más de 500 invitados de todo el sector en una cena

Isabel Fernández

 Γ río Ejido ha cumplido 25 años y, para festejarlo, la empresa organizó una gran cena el pasado 19 de septiembre, en la que reunió a más de 500 invitados de todo el sector y que sirvió para rendir homenaje a su fundador, Antonio Álvarez. Su larga trayectoria profesional, según recordó su hijo mayor, Antonio Álvarez, se inició, por así decirlo, cuando apenas contaba 10 años y, "con el permiso de su padre, cogió el primer camión". Antonio Álvarez padre fundó su primera empresa de transportes junto a su hermano, José Álvarez, hoy propietario del Restaurante La Costa, y de ahí surgió el germen de la que es, hoy por hoy, una de las mayores flotas de camiones de la provincia, con más de 100 vehículos. Fue, en concreto, en 1983, según señaló Antonio Álvarez hijo, cuando llegó el primer camión frigorífico, "que lo inició en una de las flotas más grandes de la provincia" y, apenas siete años más tarde, en la década de los '90, "los hermanos se separaron" y, justo en ese momento, nació Frío Ejido.

Pero no sólo sus familiares quisieron reconocer una vida de trabajo y esfuerzo a Antonio Álvarez, sino también sus empleados y amigos, entre ellos, Miguel González, de Hispa Fruit, quien alabó la figura de Álvarez y de "el de Laroles, el transportista" destacó, sobre todo, "su calidad humana".

El acto, que concluyó, cómo no, con un espectáculo de camiones, contó con la presencia del alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, su edil de Agricultura, Manuel Gómez Galera, así como distintas personalidades del sector hortofrutícola provincial, entre ellos Juan Antonio Díaz Planelles, director general de SAT Agroiris.



■ Antonio Álvarez, fundador de Frío Ejido, estuvo arropado por sus hijos. /L.F. G.



Con el alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, y su edil de Agricultura. /L.F. G.



■ En el centro, Juan Antonio Díaz Planelles, director general de SAT Agroiris. /L.F. G.



Antonio Álvarez, cómo no, brindó por tan feliz aniversario. /I. F. G.



Los más de 500 invitados disfrutaron de un cátering ofrecido por La Costa. /I. F. G.

BUENOS RESULTADOS

Coprohnijar incrementó en un 11% su facturación al socio en la última campaña

Isabel Fernández

Coprohníjar cerró la campaña 2014/2015 con datos positivos. Según afirmó su presidente, Juan Segura Morales, "logramos incrementar el volumen comercializado en un 6%, hasta los 48 millones de kilos, y la facturación al socio en un 11%", unos números que consideró "buenos", sobre todo los segundos, ya que, en Coprohníjar, el socio es lo más importante.

Con estos resultados a sus espaldas, en la cooperativa están ya inmersos en el nuevo ejercicio, una campaña marcada por el retraso de las producciones, ya que, según recordó Segura Morales, "las altas temperaturas afectaron a los cuajes y al principio nos faltó producto". Sin embargo, hoy por hoy, la situación ya se ha normalizado y "estamos consiguiendo servir a los clientes con normalidad". En cualquier caso, no será hasta mediados de noviembre cuando, por así decirlo, en Coprohníjar estén a pleno rendi-

En esta nueva campaña, desde la cooperativa continurán trabajando con mercados en los que coLa cooperativa aumentó, además, su volumen comercializado en un 6% hasta alcanzar los 48 millones de kilos, de ahí que su presidente haga un balance positivo del ejercicio pasado y afirme que su objetivo es "seguir creciendo" año tras año



🛮 Juan Segura Morales, presidente de Coprohníjar, durante su participación en la última edición de Fruit Attraction. /I. F. G.

menzaron a abrirse camino el año pasado a consecuencia del veto de Rusia a las producciones europeas. Ya entonces, Juan Segura Morales comentó que, si bien "no enviamos un gran volumen a Rusia", el que enviaban fue redirigido,

fundamentalmente, a los Países Nórdicos. En esta nueva campaña, y ante la prórroga del veto por parte de Rusia, el objetivo de Coproníjar es "seguir enviando producto a estos mercados y tratar de aumentar nuestra cuota en los que

vienen siendo nuestros destinos tradicionales". "La idea es seguir creciendo tanto en volumen como en facturación", afirmó el presidente de la cooperativa, si bien reconoció que cada campaña es muy diferente de la anterior y, en realidad, "todos los años partimos de cero".

LA COOPERATIVA

Coprohníjar cuenta en la actualidad con 140 socios de pleno derecho y 60 socios colaboradores que, en total, suman unas 450 hectáreas de cultivo. El tomate cherry, en todos sus tipos y colores, es, sin lugar a dudas, su especialidad si bien, durante la primavera, "la sandía es la estrella". A este segundo cultivo destinan en torno a 200 hectáreas. "De tomate rama también tenemos un volumen aceptable y, de hecho, cultivamos unas 45 hectáreas", recordó Segura Morales, quien no quiso olvidar que, aunque en menor medida, también cultivan tomate pera o calabacín, entre otros.

Para exponer, precisamente, toda esta gama de productos, Coprohníjar participa un año más en Fruit Attraction, un evento que, pese a que este año se ha retrasado, "tiene una fecha interesante para nosotros y supone un lugar de encuentro estratégico para el sector", concluyó.



Lo natural es lo nuestro

COPROHNÍJAR

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

En Coprohnijar, esforzarnos por la calildad es algo muy natural, por eso LO NATURAL ES LO NUESTRO.

C/ Olivar, 1 · 04117 San Isidro NIJAR (Almería) Tel. 950 36 60 15 Fax. 950 36 60 13

www.coprohnijar.es

PRESENTES EN EL PABELLÓN 9, 9F11

Mass Tomate, de HEFE Fertilizer, ayuda a mejorar el rendimiento del cultivo

Un ensayo del CT TECNOVA concluye que la aplicación de este producto a base de tomate de destrío aumenta la producción y su calidad

Isabel Fernández

Tass Tomate, un producto Mass Tolliace, 22.1 jorar el rendimiento del cultivo de tomate. Así lo afirmó Carolina Martínez, directora de I+D+i del Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura - TECNOVA, el pasado 2 de octubre en una jornada organizada por HEFE Fertilizer, empresa fabricante del producto, para, precisamente, presentar los resultados del ensayo llevado a cabo en el Centro Experimental del CT almeriense.

Según afirmó Martínez, la aplicación a través del riego de Mass Tomate logró incrementar en un 4,7% el rendimiento total del cultivo de tomate sobre el que se aplicó, un porcentaje que sube hasta el 5,2% si se habla, exclusivamente, de frutos comerciales. De este modo, y mientras que en el testigo, al que se le había aplicado únicamente una solución nutritiva, se recolectaron 10.6 kilos por metro cuadrado, en el caso de las plantas tratadas con Mass Tomate, su rendimiento ascendió a 11,1 kilos por me-



Carolina Martínez, directora de I+D+i de TECNOVA. /I. F. G.



Sergio Valdivia, delegado comercial de HEFE Fertilizer. /I. F. G.

tro cuadrado. Asimismo, y aplicado de forma foliar en lugar de a través del riego, Mass Tomate también consiguió incrementar el rendimiento del cultivo frente al testigo, permitiendo cosechar 10,7 kilos por metro cuadrado. Los tratamientos con Mass Tomate se realizaron cada quince días, en total, nueve aplicaciones durante todo el ciclo de cultivo, que se prolongó desde el mes de febrero hasta julio.

Pero Mass Tomate no sólo actúa sobre el rendimiento del cul-

tivo. Según puso de manifiesto Martínez, su aplicación "mejora el estado nutricional del cultivo" y, de este modo, tras finalizar el ensayo, se pudo comprobar que las plantas tratadas con Mass Tomate contaban con "un mayor contenido de nitrógeno e hierro en hoja" y, en este sentido, la investigadora del CT TECNOVA recordó que "un mayor nivel de nitrógeno es un indicativo del muy buen estado de desarrollo vegetativo", luego, "estamos hablando de un cultivo mejorado".

Por último, durante el ensayo realizado por el CT TECNOVA, también se tuvo en cuenta la incidencia de la aplicación de Mass Tomate sobre los principales parámetros postcosecha (peso, calibre, dureza y grado de azúcar), que son los que, finalmente, "determinan el precio del producto en el mercado". En este sentido, los datos arrojados por el ensayo dejaban ver que la aplicación de este producto de HEFE Fertilizer contribuye al aumento del peso de los frutos, su calibre v su dureza, mientras que, por el contra-

rio, no se encontraron diferencias significativas en el grado de azúcar con respecto al testigo.

EL PRODUCTO

Mass Tomate, de HEFE Fertilizer, es un producto, tal y como explicó el delegado de la empresa para Almería, Sergio Valdivia, "fruto del destrío". En este sentido, afirmó que el objetivo de la empresa era "aprovechar lo que se tira e incorporarlo de nuevo al cultivo consiguiendo un buen resultado". Para ello, en HEFE Fertilizer aplican un proceso de hidrólisis encimática a los productos de destrío, "un proceso natural" y, de este modo, además de proporcionar al agricultor una nueva herramienta para sacar adelante sus plantaciones, "estamos limpiando el campo". Junto a ese proceso de hidrólisis encimática, Valdivia comentó que "también desinfectamos el destrío, de modo que quede libre de patógenos y de materias ac-

El destrío, según los datos aportados por el delegado de HEFE Fertilizer durante la jornada, supone entre el 7% y el 10% de la producción y, en el caso de Almería, ronda los 33,6 millones de kilos en pimiento y, en la campaña 2012/2013, superó los 76 millones de kilos en tomate. Mass Tomate es, además, un producto certificado para la producción ecológica. Para mostrar éste y otros de sus productos, HEFE Fertilizer está presente en la nueva edición de Fruit Attraction con stand propio (pabellón 9, stand 9F11), un espacio desde el que, además de incidir en las características de sus soluciones para los cultivos abogará por el uso de los destríos como base para esas soluciones.

DESDE SEPTIEMBRE

Coexplay News llega a las redes sociales para difundir el consumo de hortalizas

a Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Andalucía (APROA) acaba de poner en marcha Coexplay News, el nuevo programa de Coexplay de cara al nuevo curso escolar. En este caso, y para adaptarse a las tecnologías, desde APROA han pretendido acercar las frutas y hortalizas a los niños y no tan niños a través de presencia en Facebook, Bolc y

Para ello, y según apuntaron desde APROA, periódicamente, la nutricionista de Coexplay, Ana Molina, difundirá una serie de informaciones y consejos coordinados con las festividades del calendario escolar y relacionados con la alimentación saludable.

Los primeros de esos consejos se lanzaron, en cualquier caso,

las redes sociales, fomentando su al inicio del curso escolar, mediado el mes de septiembre, y su objetivo era que los más pequeños recuperasen los buenos hábitos alimenticios que, probablemente, habrían perdido durante el verano.

> Entre los pilares de una buena alimentación destacan, cómo, realizar cinco comidas al día y el incremento del consumo de alimentos ricos en vitaminas, como



Coexplay sigue trabajando con los colegios de la provincia. /FHALMERÍA

UNA EMPRESA FAMILIAR CON FUERTES INVERSIONES EN I+D

Gautier Semillas acude a Madrid para mostrar su amplio catálogo de variedades

La empresa, con sede en Almería desde abril, es líder en el mercado de lechugas Little Gem y apuesta por el sabor en tomate y melón

Isabel Fernández

autier Semillas participa un Jaño más en Fruit Attraction (pabellón 9, stand 9G13) y lo hace con el claro objetivo de "seguir mostrando nuestro catálogo general de variedades, pero también con la intención de presentar novedades", según afirmó su Country Manager en el sureste español, Angelo Tjhie. En este sentido, Tjhie comentó que la empresa mostrará, sobre todo, sus variedades de tomate, melón, calabacín y lechuga.

Con respecto al tomate, Tjhie apuntó que "nuestro punto fuerte es



La empresa se ubica en el pabellón 9, stand 9G13.

Junto al tomate, Gautier Semillas aprovechará su participación en la feria para seguir mostrando sus melones; desde la empresa trabajan todos los tipos, si bien son especialistas en charentais y, de hecho, en Fruit Attraction, incidirán, precisamente en dos variedades de este tipo: Jenga y Alas-

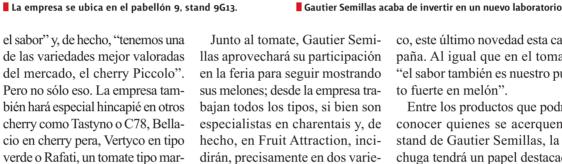
co, este último novedad esta campaña. Al igual que en el tomate, "el sabor también es nuestro punto fuerte en melón".

Entre los productos que podrán conocer quienes se acerquen al stand de Gautier Semillas, la lechuga tendrá un papel destacado, y no es para menos. "Somos líde-

res en el mercado de lechugas tipo Little Gem, de cogollo", apuntó Tjhie y añadió que, en cualquier caso, trabajan otros tipos como pueden ser las trocadero, con Safary, por ejemplo, o las de hoja de roble rojo, con Fullarde y Camarde. Tanto es así que, para Gautier Semillas, "nuestro cultivo más importante es la lechuga".

E importante es también el calabacín, donde "contamos con la gama más diversa de toda la casa", con variedades de todos los tipos y entre las que destacan, por citar algunos ejemplos, referencias como Cassiopée, en negro, Amalthée, en blanco, o Satélite, en redondo.

Gautier Semillas es una empresa familiar y que tiene presencia en España desde hace más de 15 años. El pasado mes de abril, Gautier Semillas abrió su sede en Almería, ya que la provincia "es el centro de la horticultura en España". Desde su fundación, la inversión en I+D ha sido una de las señas de identidad de Gautier Semillas y, de hecho, recientemente, la empresa ha hecho una fuerte inversión en un nuevo laboratorio en Francia, su país de origen.





Le damos cita en Madrid fruit attraction

28 - 30 OCTUBRE 2015 - PABELLÓN 9 - STAND 9G13

Angelo TJHIE

Gerente Gautier Semillas y Country Manager España

Móvil: 609 82 76 16

angelo.tjhie@gautiersemillas.eu



¡FELICIDADES!



Espacio expositor de la cooperativa de segundo grado Anecoop durante la sexta edición de Fruit Attraction, el pasado año 2014. /FHALMERIA

Anecoop cumple 40 años de existencia y aprovecha la feria para mostrar su oferta

Rafa Villegas

La cooperativa de segundo grado, que cuenta con oficinas comerciales en Almería, Murcia, Sevilla, Valencia y Valle del Ebro, además de nueve filiales en Europa y Asia, expone su actividad en un espacio expositor de 128 metros cuadrados

A necoop cumple 40 años de existencia, un hecho que, sin duda, va a marcar toda la campaña. La cooperativa de segundo grado ha aprovechado para dar las gracias y reconocer el trabajo y esfuerzo realizado, a lo largo de estas cuatro décadas, por todos sus agricultores, trabajadores de cooperativas asociadas, así como de clientes, empleados, prescriptores y, por su puesto, consumidores. Para ello ha lanzado la campaña 'You&Anecoop'.

Como ya viene siendo habitual, Anecoop ha querido estar presente en Fruit Attraction. Además, una vez más, lo hace con un espacio expositor de 128 metros cuadrados, donde queda reflejada la actividad de sus cinco oficinas comerciales, ubicadas en Almería, Murcia, Sevilla, Valencia y Valle del Ebro, así como de las nueve filiales que se encuentran en distintos puntos de Europa y Asia. Cabe

recordar que Anecoop también cuenta con un total de tres plataformas logísticas y dos centros de I+D+i, prueba del crecimiento exponencial que ha tenido a lo largo de sus 40 años de vida y de la buena acogida que tiene por parte de todas las partes que componen la cadena, desde el agricultor hasta el consumidor.

Los clientes y visitantes del stand de Anecoop en Fruit Attraction 2015 se van a encontrar con una exposición de toda la oferta de frutas y hortalizas de temporada del grupo, todo ello en diferentes envases para reflejar cómo se ve el producto en el punto de venta.

Además, dentro del espacio expositor, Anecoop ha separado distintas áreas con el objetivo de diferenciar el origen del producto. Así, las hortalizas de Almería tendrán un espacio pro-

pio, como también lo tendrá la fruta valenciana, por ejemplo.

NO SOLO HORTALIZAS

Anecoop no solo es uno de los referentes en hortalizas, también lo es en otros productos, como la fruta, incluida la tropical. En los últimos años, por ejemplo, la cooperativa de segundo grado está centrando muchos de sus esfuerzos en el que se ha convertido en uno de sus productos estrella, como es el kaki Persimon[®], fruta de otoño que cuenta con una gran presencia en su stand.

Desde Anecoop han asegurado que prevén comercializar este año más de 80.000 toneladas de kaki Persimon[®], por lo que pretenden superar las 71.000 que comercializaron el pasado año. Respecto a la promoción, la campaña la van a realizar, una vez más, a través de la Denominación de Origen Kaki Ribera del

Xúquer, que constituye la principal fuente de financiación gracias a la inversión de los productores, y que contará con la cofinanciación del ICEX para determinados mercados. La campaña va destinada al consumidor final, especialmente al francés, alemán y británico. En el caso de Francia, Anecoop va a reforzar las promociones gracia a un acuerdo con otras denominaciones de origen, acción conjunta que va a contar con la financiación de la Unión Europea. Mención aparte merece la República Checa, que continúa siendo un mercado estratégico para la cooperativa de segundo grado, que también realiza un importante despliegue promocional en este país.

Otra de las frutas que está cobrando mucho protagonismo en el seno de Anecoop es, sin duda, la clementina extratemprana Clemensoon, se trata de un producto exclusivo de la cooperativa de segundo grado española cuya producción, como han explicado desde la misma, "crece al ritmo programado de 2.000 toneladas al año con objeto de no colapsar el mercado durante su calendario comercial, entre la tercera semana de septiembre y la última de octubre". En cuanto a sus cualidades organolépticas, desde Anecoop han explicado que son tan excepcionales que la hacen muy atractiva de cara a la distribución.

Cabe destacar también la línea de tropicales de Anecoop, Bouquet Exotic, con la granada como apuesta más firme, habiéndose realizado una importante inversión en I+D+i para probar nuevas variedades y consolidar una gama que se adapte a los gustos de los distintos consumidores europeos.



Desde hace 40 años, **Anecoop** forma parte de tu mundo. Clientes, cooperativas, agricultores, empleados, proveedores y consumidores, juntos en más de 70 países, hacemos crecer cada día **una empresa que por encima de todo cuida de las personas.**

YouArecoop.

Como productores, nuestras hortalizas y frutas son la culminación de un trabajo que se sustenta sobre cuatro pilares: alimentación saludable, seguridad alimentaria, medio ambiente y economía social.

Cultivar estos valores nos permite alcanzar éxitos como el de poder ofrecer al mercado una completa gama de hortalizas de origen español, con volumen, continuidad y amplio calendario, que incluye innovadoras líneas de producto adaptadas a las nuevas necesidades de los consumidores.



Anecoop

www.anecoop.com

Seminis se lanza a la conquista del segmento temprano de pepino con su variedad Hoplita

Se trata de un pepino de calidad, estriado, que no presenta cuello de botella, es precoz, productivo y resistente a ceniza, amarilleo y al virus de las venas amarillas

Rafa Villegas

La casa de semillas Seminis presenta una novedad muy atractiva para el segmento temprano de pepino holandés. Se trata de Hoplita, una variedad que destaca por su precocidad, gran calidad, productividad, tanto en la caña como en el rebrote, y, no menos importante, la ausencia de cuello de botella y la triple resistencia a ceniza, amarilleo y virus de las venas amarillas.

Manuel Martínez, responsable comercial de pepino, pimiento y calabacín de Seminis, ha asegurado que "se recomienda el trasplante de Hoplita a partir de los días 5-10 de agosto hasta el 1 de septiembre". Respecto a la planta de esta variedad, Martínez ha asegurado que "presenta una muy buena calidad y es abierta".

Del fruto de Hoplita cabe destacar, además de su color oscuro, que lo hace muy comercial, y su precocidad y capacidad de cuajado, la uniformidad que presenta, tanto en forma como en tamaño

Seminis ha reunido a un grupo de agricultores y les ha mostrado cultivos de Hoplita en tres fincas diferentes ubicadas todas en distintos puntos del término municipal de La Mojonera. Allí, los productores han podido comparar esta variedad temprana de pepino holandés de Seminis con otras importantes variedades de otras casas de semillas de la competencia, a las que dejaba atrás, tanto en precocidad como en productividad.

En concreto, los agricultores que han participado en la visita organizada por Seminis han estado en las fincas de Javier Rodríguez, Juan Vargas y José Fernández, cada una con diferentes condiciones climáticas y estructurales para que comprobaran la respuesta de Hoplita en diferentes situaciones.



■ Manuel Mtnez., responsable comercial de pepino, pimiento y calabacín de Seminis.



 \blacksquare Dos agricultores en la visita organizada por Seminis a fincas con Hoplita.

Otro de los aspectos que ha destacado Manuel Martínez del pepino holandés Hoplita es su precio. Y es que, según ha asegurado el responsable comercial de pepino, pimiento y calabacín de Seminis, "ha salido al mercado con un precio bastante asequible para el productor con respecto a los de la competencia".

De Hoplita también cabe destacar la extraordinaria potencia de su raíz, una característica que permite que la planta recupere el máximo de potencia tras la descarga de la caña.

En cuanto al aspecto más técnico, Manuel Martínez les explicó a los agricultores que acudieron a la visita organizada que



Cultivo de pepino Hoplita de Seminis en una finca de La Mojonera.



Foto de grupo de agricultores en una de las fincas de Hoplita visitadas.

"es aconsejable introducirle mucho calcio a este pepino, es una variedad a la que le viene muy bien el calcio en la caña".

Finalmente, en el importante apartado de la productividad, en las comparaciones que ha realizado Seminis con dos de las variedades más punteras de pepino del segmento temprano, Hoplita ha destacado sobre las demás produciendo, de media, unos ocho kilos y medio, aproximadamente, por metro cuadrado, cuando los dos testigos de otras casas de semilla utilizadas para realizar la comparación produjeron alrededor de los ocho kilogramos por cada metro cuadrado.





ENESA y la Junta andaluza hacen más viable la contratación del seguro agrario

Los agricultores contarán con más facilidades a la hora de contratar una póliza de seguros para proteger sus fincas y sus cultivos en 2016

Rafa Villegas

a contratación del seguro ✓agrícola es una de las asignaturas pendientes del campo almeriense. Es aún demasiado bajo el porcentaje de agricultores que aseguran sus invernaderos y sus cultivos. El problema radica, sin duda, en el precio, sin embargo, según los anuncios realizados por la Entidad Estatal de Seguros Agrarios (ENESA) y por la Junta de Andalucía el desembolso va a ser menor de cara ya a la próxima campaña de primavera. Y es que, el Gobierno andaluz ha anunciado que recupera la bonificación autonómica en la contratación de estas pólizas, mientras que ENESA va a incrementar su presupuesto para 2016 en un 6,1 por ciento, aumentando también la subvención entre cuatro y seis puntos, lo que supone un aumento del apoyo público entre el 11 y el 40 por ciento.

SUBVENCIÓN DE LA JUNTA

El Parlamento andaluz ha aprobado, en concreto, con los votos de todos los partidos políticos representados a excepción de Iz-



■ El seguro para hortalizas cultivadas bajo plástico en el ciclo de primavera se puede contratar desde el 15 de diciembre.

quierda Unida, la tan demandada recuperación de la prima de bonificación para la contratación de seguros agrarios.

Fue el Partido Popular el que registró una Proposición No de Ley para que se debatiera en la Comisión de Agricultura, "antes de que la presidenta Susana Díaz anunciara 5 millones de euros para seguros agrarios", como ha explicado la parlamentaria andaluza del PP de Almería Carmen Crespo.

La parlamentaria andaluza del PSOE de Almería, Noemí Cruz,

por su parte, considera que lo que hace el PP es "entorpecer el normal funcionamiento de la Comisión de Agricultura del Parlamento de Andalucía, al presentar iniciativas en las que ya está trabajando el Gobierno andaluz o cuya puesta en marcha ya ha sido anunciada".

Sea como sea, lo cierto es que la Junta ha presupuestado para el año que viene una partida de 5 millones de euros para ayudar a los agricultores a que contraten los seguros agrarios, una medida fundamental para que los productores puedan hacer frente a los mismos. Está por confirmar ahora si el Gobierno andaluz empieza a liberar dinero del presupuestado ya para la campaña de primavera.

Carmen Crespo ha recordado que "es importantísimo que los agricultores aseguren sus cosechas y que el Parlamento haya decidido que se implante de nuevo esta bonificación en una tierra eminentemente agrícola como es Andalucía".

Crespo critica, no obstante, que "5 millones de euros son escasos,

ya que antes de que se suprimiera la bonificación, la Junta destinaba 12 millones, que ya eran insuficientes"

PLAZO DE CONTRATACIÓN

Los agricultores que deseen contratar una póliza de seguro para proteger su invernadero o su cultivo aún pueden hacerlo. Y es que, como ha recordado Ángel López, responsable del Área de Seguros de la organización agraria ASA-JA en Almería, "la Línea 306, que es la que engloba a los cultivos de hortalizas en invernadero, tiene abierto el plazo de contratación hasta el día 31 de octubre, en el caso de los ciclos de otoño". En este caso, los productores no van a contar ni con la bonificación a la contratación de la Junta de Andalucía ni con las rebajas anunciadas por la Entidad Estatal de Seguros Agrarios, dado que están presupuestados para el eiercicio 2016.

En cuanto al plazo para contratar la póliza de seguro agrícola con la misma línea, la 306, Ángel López ha recordado que "se abre el 15 de diciembre". En ese caso, dado que los seguros van a cubrir la campaña de primavera, ya en 2016, sí deben contar con la bonificación a la contratación anunciada por la Junta de Andalucía así como con la de ENESA.

Desde la Comisión General de ENESA han señalado la evolución positiva en la contratación de seguros agrarios que han registrado durante los Planes 2014 y 2015. En 2014, sin ir más lejos, se contrataron más de 440.000 pólizas en España, con un capital asegurado de 11.094 millones de euros.

DE ALMERÍA

La Diputación creará una Mesa Provincial en defensa de la agricultura

R. V. A

El presidente de la Diputación Provincial de Almería, Gabriel Amat, ha anunciado en una reunión con el secretario provincial de COAG-Almería, Andrés Góngora, el secretario de Organización de COAG-Almería, Antonio Moreno, el vicepresidente de la Diputación, Javier Aureliano García y el diputado de Agricultura, Óscar Liria, la pró-

xima creación de una Mesa Provincial para defender los intereses del sector agrícola.

Amat ha asegurado que "el Consejo Provincial Agrario perseguirá dar notororiedad al sector y defender sus intereses". El presidente de la institución provincial ha recordado, no obstante, que "la Diputación no tiene la mayoría de competencias agrarias, si bien queremos ser el altavoz de las necesidades de los

agricultores de la provincia de Almería".

Amat ha asegurado que todas las organizaciones agrarias de la provincia formarán parte de la iniciativa, así como otras instituciones y representantes del sector, en función siempre de los asuntos que se aborden en cada una de las reuniones.

Amat ha recordado que Diputación ha invertido 6,3 millones de euros en caminos rurales.



Momento de la reunión entre la Diputación Provincial y COAG-Almería. /FHALMERÍA

■ CIA

ESPACIO EXPOSITOR 9C02

Sandía Fashion[®] consolida su presencia en la feria Fruit Attraction con stand en el Pabellón 9

La sandía marca Fashion® estará presente un año más en la feria Fruit Attraction, considerada el evento más importante del sector hortofrutícola en España y uno de los más relevantes a nivel internacional. Durante tres intensos días, el espectacular stand 9c02 del Pabellón 9 (Ifema) ofrecerá numerosas actividades para los visitantes, como catas de su fruta y presentaciones profesionales.

El Grupo AGF, que ha acudido a esta feria en todas sus ediciones, consolida así su presencia en este foro que se celebra entre el 28 y el 30 de octubre en Madrid. "La feria Fruit Attraction es una cita indispensable para el Grupo AGF cada otoño. Aprovechamos intensamente estos tres días para afianzar rela-



Logo de la sandía Fashion. /FHALMERÍA

ciones empresariales y comerciales, establecer nuevos contactos y mostrarles las propiedades de Sandía Fashion[®] y Fashion Go! a todos los visitantes nacionales y extranjeros que acuden a nuestro stand", asegura el presidente del Grupo AGF, José García. "Además –añade- es un escaparate de primer nivel para todo el sector".

Las cifras avalan la relevancia de esta feria sectorial que, en su última edición acogió a más de 40.000 participantes profesionales de 88 países. Más de 1.000 empresas han confirmado ya su presencia en este evento que cuenta con 32.000 metros cuadrados de exposición, lo que supone un crecimiento de entorno al 20% con respecto a 2014. Los visitantes tendrán ante sí durante tres días una amplísima oferta hortofrutícola para degustar productos, conocer nuevas tec-

nologías, hacer networking y realizar pedidos, entre otras acciones

Desde el Grupo AGF invitan a todos los participantes y visitantes a pasar por el stand de Sandía Fashion[®].

SOBRE AGF Y FASHION

Grupo AGF nace en el año 2002 y reúne a 17 empresas de diferentes puntos de España, repartidos entre las provincias de Almería, Granada, Sevilla, Murcia, Alicante, Valencia, Castellón, Tarragona, Huesca, Ciudad Real y Baleares. El Grupo AGF es propietario de la sandía sin pepitas marca Fashion[®], que lidera el sector de sin pepitas en Europa. Actualmente, Grupo AGF es la agrupación de empresas de mayor envergadura en el sector primario hortofrutícola en el continente.

La sandía marca Fashion[®], de la que se comercializarán más de 70 millones de kilos (el 40% de ellos para exportación), se caracteriza por su gran sabor, dulce y crujiente, por no tener semillas y por mantener el aspecto y sabor tradicional de la sandía 'de toda la vida'.

Esta fruta es, como demuestran diferentes estudios, una fuente natural de citrulina y licopeno, está libre de colesterol y contiene calcio, fósforo, hierro, betacaroteno y vitaminas C, A, B1, B2 y B6. La Fundación Española del Corazón (FEC) ha renovado un año más el convenio que reconoce la sandía como alimento cardiosaludable.



AFRONTANDO NUEVOS RETOS

Agrobío trabaja en la búsqueda de nuevos insectos auxiliares para cultivos con dificultades

La empresa tiene en marcha varias líneas de investigación con el objetivo de "afrontar los problemas que surgen en la agricultura del día a día"

■ Isabel Fernández

En Agrobío, empresa productora y comercializadora de fauna auxiliar 100% almeriense, son conscientes de que, para avanzar en control biológico, hay que "desarrollar nuevos instrumentos para afrontar los problemas que surgen en la agricultura del día a día" y, precisamente por ello, la compañía mantiene abiertas en la actualidad varias líneas de investigación que vienen a buscar soluciones a esos problemas de la agricultura moderna y que, en muchos casos, pasan por la identificación de nuevos insectos auxiliares que permitan combatir plagas que, si bien eran consideradas secundarias, están cobrando especial protagonismo en los últimos años.

En este sentido, y con el fin de "resolver problemas que afectan a los cultivos y que ahora mismo no tienen una solución en campo", según afirmaron desde Agrobío, la empresa trabaja en un Proyecto Interconecta cuyo objetivo es "desarrollar nuevas líneas estratégicas en el control biológico de pepino y en aquellos cultivos con dificultades para un buen establecimiento de depredadores como el Amblyseius swirskii". Este proyecto, tal y como explicaron desde la empresa, se basa en "un nuevo método de alimentación en planta con ácaros presa y el desarrollo de nuevos ácaros depredadores".

Gracias a este proyecto, Agrobío ha podido abrir una nueva línea de trabajo que ha resultado en una nueva estrategia para controlar la araña roja. Esta "estrategia preventiva", indicaron desde la empresa, "pasa por utilizar ácaros como complemento al Phytoseilus persimilis y que puedan alimentarse de otras fuentes como polen, trip o larva de mosca" con el objetivo de "mantener protegido el cultivo durante todo el ci-



El delegado territorial de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, José Manuel Ortiz, visitó recientemente las instalaciones de Agrobío. /FHALMERÍA



La empresa apuesta por la I+D al servicio del agricultor.



Están potenciando su Área de Desarrollo en Campo.

clo". Y, para Agrobío, ese ácaro complementario es el Ambyseius andersoni, "un ácaro más fuerte y autóctono del que podemos conseguir poblaciones más grandes". Este nuevo depredador natural, según afirmaron desde Agrobío, "está demostrando una buena eficacia en control de araña conjuntamente con el Phytoseilus persi-

En esta misma línea, la empresa trabaja con el objetivo de conseguir una correcta instalación de los insectos auxiliares en todos

swirskii para el control de mosca blanca.

Junto a este proyecto, Agrobío participa, además, en dos proyectos europeos; en concreto, su Departamento de Investigación participa, a través del Programa Marco Horizonte 2020, en el proyecto Euclid, de cooperación entre Europa y China, así como en el proyecto Emphasis, coordinado por el Instituto Nacional para la Investigación Agronómica (INRA). En ambos casos, "el ob-

los cultivos, especialmente del A. jetivo es encontrar y desarrollar nuevos insectos auxiliares".

Por último, y según apuntaron desde Agrobío, la empresa está apostando en esta etapa por "potenciar el Área de Desarrollo en Campo", un departamento, según explicaron, "especialmente proyectado para promover dentro de la empresa la comunicación y coordinación entre áreas". Sus funciones consisten en ser transmisor de información y, precisamente por ello, "se encarga de indentificar las necesidads e impulsar las

acciones para solucionar los problemas", un trabajo, este último, que "se hace en conjunto con el Departamento de I+D". Al final, la empresa persigue estar en contacto directo con el campo, detectar sus necesidades y, a partir de ahí, trabajar en la búsqueda de soluciones.

VISITA

El delegado territorial de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, José Manuel Ortiz, visitó recientemente las instalaciones de Agrobío, donde pudo conocer, precisamente, todos estos proyectos en marcha y, más en profundidad, su Área de Desarrollo en Campo. Ortiz quiso destacar el trabajo "innovador" que realiza la empresa y que, a su juicio, "ha ayudado mucho para garantizar el éxito en el control de las plagas". "Los estudios que la empresa afronta ayudarán a que el sector agrario de Almería siga avanzando y que la lucha integrada sea una realidad en cultivos menos comunes, como el pepino", explicó Ortiz, quien concluyó afirmando que "la innovación juega un papel importante y veremos que el control biológico es posible en otros cultivos como lo ha sido en pimiento y en tomaDICSA

Nutrición óptima en los cultivos gracias a los medidores compactos LAQUAtwin de Horiba

Dicsa ofrece este tipo de medidores compactos, que son una garantía de precisión, simplicidad y fiabilidad para el agricultor

Los medidores compactos LA-QUAtwin ayudan al agricultor a tomar decisiones fundamentadas en cualquier situación, ya que son una garantía de precisión, simplicidad y fiabilidad, por lo que el productor puede tener plena confianza en el análisis de la calidad del agua, extracto de disolución de suelo, disolución nutritiva y savia.

Analizar nunca ha sido tan sencillo. Los medidores LAQUAtwin han sido desarrollados gracias a los 60 años de conocimiento y experiencia de Horiba con el fin de ofre-



■ Medidores de alta tecnología, que pueden usarse en cualquier momento y lugar. /FHALMERÍA

cer al productor la más alta tecnología que puede usarse en cualquier lugar y en cualquier momento. Y son tan sencillos de usar que no necesitará formación alguna, puesto que analiza el contenido de nitrato, sodio, potasio, calcio, pH, conductividad.

El LAQUAtwin es un medidor resistente al agua con una gran pantalla de LCD que incorpora el exclusivo sensor plano de Horiba para mediciones de micro muestras (desde 0,3 ml). Este medidor no necesita reactivos y permite realizar las mediciones directamente en suelos, savia, alimentos y muestras líquidas

Asimismo, el medidor proporciona resultados precisos gracias a su función de compensación de la temperatura y la calibración auto-



mática en dos puntos con reconocimiento de la solución de calibración.

ANÁLISIS

El análisis en savia también permite saber si hay una falta de nutriente dentro de la planta. De hecho, los laboratorios realizan análisis de savia, pero los resultados no son muy rápidos y suelen tardar algunos días, dado que la concentración de nutriente cambia cada día estos resultados carecen de interés, ya que puede ser tarde si hay algún problema que corregir. Los equipos LA-QUAtwin son muy interesantes porque el productor o el técnico puede conocer en tiempo real las condiciones de la planta.

Para un uso racional de fertilizante, el análisis de savia permite ver la concentración de nutriente en la planta y manejar mejor los aportes de fertilizantes.

Con el fin de seguir mejorando y ofreciendo los mejores productos a sus clientes, Dicsa ha trasladado su sede a unas nuevas instalaciones ubicadas en el Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA).

Asegúrese de tener la nutrición óptima para sus cultivos

Mide el nitrato, potasio, calcio, pH, conductividad y sodio de la tierra o de la misma savia de la planta.



Escanee para ver el vídeo de presentación





- Contribuye a mejorar la cosecha y ahorrar en costes de fertilizantes
- Más rápido y económico que los análisis de laboratorio
- Mide in-situ en tiempo real la concentración de los nutrientes
- Análisis con tan solo unas gotas de muestra
 Sensor intercambiable que permite hasta
- Sensor intercambiable que permite hasta 2000 pruebas

Contacto

DICSA Distribuciones Industriales y Cientificas S.L Teléfono: 902 104 307

E-mail: info@dicsa.es



Explore the future

ventas@dicsa.es

HORIBA





Teléfono general 902 10 43 07

Initium®: Un innovador fungicida perteneciente a una nueva familia química para el control de Mildiu

Rafael Pérez (Crop Manager Vegetables, BASF Española SL) Anna Pedró (Crop Manager Fruits and Grapes, BASF Española SL)

Tnitium® es la nueva molécula desarrollada por BASF que engloba una innovadora gama de fungicidas de última generación. Esta molécula (figura 1), perteneciente a la clase química de las triazolo-pirimidilaminas, actúa inhibiendo la respiración mitocondrial y es efectiva para el control de hongos oomicetos en cultivos hortofrutícolas. Los ensayos de campo llevados a cabo han demostrado que Initium® es altamente selectivo y eficaz aplicado de forma preventiva para el control de enfermedades fúngicas como el mildiu en cultivos hortofrutícolas. Initium® posee un excelente perfil regulatorio que satisface las necesidades del agricultor, el consumidor y el medio ambiente. Los productos formulados con el ingrediente activo Initium® son seguros y fáciles de utilizar, y potencian los efectos de cualquier programa de aplicación. Gracias a su nueva clase química y su modo de acción exclusivo, Initium® constituye la herramienta perfecta para la prevención de resistencias y una gestión integrada de plagas eficiente.

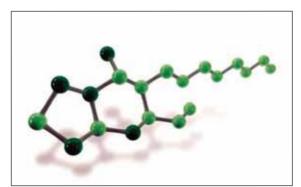
MODO DE ACCIÓN

Initium® es un potente inhibidor del complejo III en el subsitio de la estigmatelina, una enzima de la cadena respiratoria mitocondrial de los oomicetos (figura 2). La inhibición de la cadena respiratoria provoca una pérdida rápida de los niveles celulares de ATP provocando la muerte del hongo. Esto significa que el ingrediente activo Initium es el único que posee este modo de acción, QoSI, aceptado y codificado (C8) por el FRAC (Fungicide Resistance Action Committee), y por lo tanto no existe resistencia cruzada con otras moléculas comercializadas en la actualidad, esto hace que Initium sea una herramienta ideal para el control de resistencias en cultivos hortofrutícolas.

BIOLOGÍA Y EFICACIA

El ingrediente activo Initium® forma una barrera protectora estable Los fitosanitarios formulados con el ingrediente activo Initium® se encuentran actualmente en proceso de registro en el Ministerio de Agricultura, la venta de estos productos se efectuará exclusivamente en base a las autorizaciones oficiales de registro emitidas por este organismo y a los condicionamientos fitoterapéuticos y de seguridad incluidos en ellas

Denominación comercial	Initium®
Denominación química (IUPAC)	5-etil-6-octil [1,2,4] triazolo [1,5-a] pirimidin-7-amina
Fórmula molecular	C ₁₅ H ₂₅ N ₅
Denominación común	Ametoctradina (autorizado provisionalmente por la ISO)
Código de desarrollo empresarial	BAS 650 F
N° CAS	865318-97-4



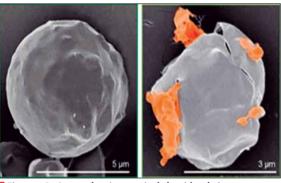


Figura 3. Imágenes de microscopia de barrido a baja temperatura de zoosporas de Plasmopara vitícola, con y sin la aplicación de . Fugas de citoplasma tras la ruptura de la zoospora.

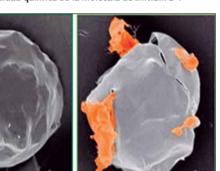




Figura 5. Diferencias entre el testigo sin tratar y el cultivo tratado con un formulado a base de Initium[®] (1,5 l/ha).

a través de absorción sobre la capa cerosa de las plantas. Más del 90% del principio activo aplicado permanece sobre la superficie de la hoja, donde se adhiere a la capa cerosa y forma un depósito para ejercer su acción preventiva a largo plazo. Influido por la humedad, como el rocío, Initium® se redistribuye desde el depósito incrementando la protección. La com-

binación exclusiva de estas propiedades le da a Initium® un carácter preventivo y unas propiedades fungicidas de calidad superior. Initium® es muy eficaz contra los estadios infecciosos de oomicetos. A una concentración muy baja, Initium® provoca rápidamente la ruptura de las zoosporas de estos hongos (figura 3), con lo que se interrumpe el ciclo reproductivo del patógeno.

Plasmopara (figuras 4 y 5), Peronospora, Pseudoperonospora o Bremia en una amplia variedad de cultivos hortofrutícolas como las solanáceas, cucurbitáceas y cultivos de hoja.

PERFÍL TOXICOLÓGICO Y ECO-TOXICOLÓGICO

La molécula de Initium® posee un excelente perfil toxicológico. Estudios toxicológicos agudos realizados en mamíferos indican que Initium® no es perjudicial en caso de ingestión, exposición dérmica o inhalación. Tampoco irrita los ojos o la piel y no es sensibilizante. Initium® también posee un excelente perfil ecotoxicológico. Es prácticamente atóxico para aves, mamíferos, abejas, lombrices y otros macroorganismos del suelo, así como para los microorganismos del suelo que no son el objetivo del tratamiento y sus funciones en el ecosistema. Si Initium® se utiliza de conformidad con las recomendaciones de uso fijadas para los productos que contengan este ingrediente activo, no supone ningún riesgo para los ecosistemas acuáticos y es ideal para el uso en programas integrados de gestión de cultivos.

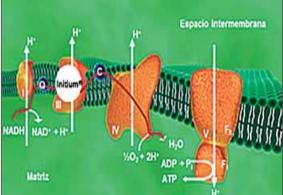


Figura 2. Modo de acción de Initium®.



Además, Initium® muestra una alta eficacia en la inhibición de la liberación, la motilidad y la germinación de los zoosporangios. Initium® muestra una excelente eficacia contra enfermedades causadas por hongos oomicetos como el tizón tardío provocado por Phytophthora o el mildiu provocado por especies patógenas de

CONCLUSIONES

Initium® es el primer y por ahora único ingrediente activo con clasificación de fungicida QoSI y, por lo tanto, no presenta resistencia cruzada respecto a otras clases de fungicidas para el control de oomicetos con resistencia confirmada, p. ej. fenilamidas, inhibidores Qo y Qi o aminas ácidas carboxílicas. Un perfil toxicológico y ecotoxicológico excelentes hacen de este ingrediente activo un candidato ideal para la gestión integrada de plagas en cultivos hortofrutícolas.

Como medida proactiva, Initium® se comercializará principalmente en combinación con otros principios activos fungicidas con el fin de complementar el espectro de actividad y reducir el riesgo de aparición de resistencias constituvendo una valiosa herramienta para nuestros agricultores.



La cubierta Agroclima Adapt permite mejorar la productividad del cultivo y optimizar los costes

La formulación que tiene dicha cubierta le permite extender el ciclo de vida de su film de cobertura hasta 4 años de utilización

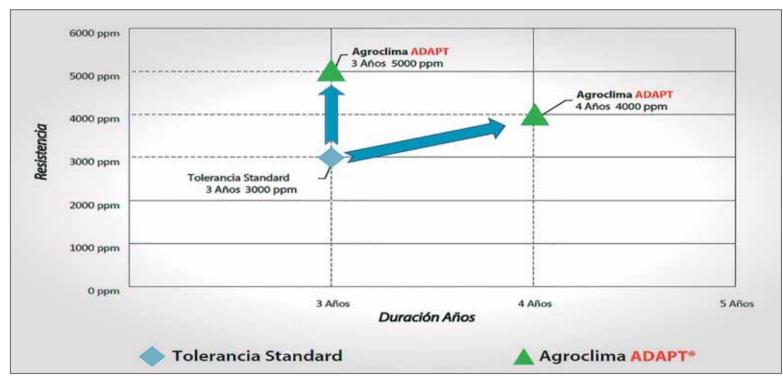
Elena Sánchez

Naturplás sigue trabajando en pro del campo almeriense, con el fin de ofrecer el mejor producto al agricultor. En este sentido, la empresa apuesta por la nueva cubierta Agroclima Adapt, una nueva solución de film coextrusión en multicapas de cobertura para invernaderos, que cuenta con alta termicidad, alta protección anti-UV y alta tolerancia al ataque químico, lo que le confiere una mayor resistencia al envejecimiento por la exposición a la luz solar.

En este sentido, desde Naturplás informan de que Agroclima Adapt tiene una formulación que garantiza una tolerancia química máxima de azufre de hasta 5.000 ppm en el caso de uso de hasta tres años o, alternativamente, permite al agricultor extender el ciclo de vida de su film de cobertura hasta cuatro años de utilización y todavía garantizar la tolerancia química de azufre hasta las 4.000 ppm.

TECNOLOGÍA ADAPT

La Tecnología Adapt da la opción de disponer de dos soluciones en un solo producto que, asimismo, cuenta con otras ventajas como, por ejemplo, excelentes propiedades mecánicas, alta resistencia anti-UV y alta termicidad, con el fin de ofrecer una mayor rentabilidad al agricultor. De hecho, Agroclima Adapt da la posibilidad al productor de mejorar, simultáneamente, la productividad de sus cultivos y optimizar sus costes. Cabe destacar que esta nueva cubierta de Naturplás se encuentra por encima de la media de los plásticos estándar, que cuenta con una vida útil de tres años y una tolerancia al azufre de 3.000 ppm, lo que posibilita prolongar su vida útil, así como



Agroclima Adapt frente a una cubierta estándar.



Agroclima Adapt tiene excelentes propiedades mecánicas y alta termicidad.



Francisco Cirera, director comercial de Naturplás.

también seguir contando con esa elevada tolerancia química, lo que posibilita al agricultor el hecho de que pueda elegir qué garantía quiere en función de las necesidades de su cultivo.

Naturplás sigue dando grandes pasos en este sector, ya que dispone de los medios suficientes para responder con agilidad y eficacia a los clientes más exigentes, así como cuenta con plataformas logísticas próximas a las zonas de demanda en Portugal y Almería que les permiten facilitar un servicio óptimo a los agricultores.



Este producto destaca por su elevada tolerancia al azufre, de hasta 5.000 ppm en el caso de que se use durante tres años.

FN IFFMA

Syngenta dará a conocer sus soluciones líderes para el sector hortofrutícola

La compañía ha participado de forma activa en todas las ediciones anteriores de la feria. Este año, el humorista Leo Harlem animará el stand de Syngenta y destacará cómo las frutas y hortalizas se producen y llegan sanas a la mesa del consumidor

CIA

Un año más Syngenta va a estar presente en la nueva edición de Fruit Attraction, que se celebra en el IFEMA de Madrid del 28 al 30 de octubre, con un stand situado en el Pabellón 9 (stand 9E 13), donde presentará todas sus soluciones líderes para el sector hortofrutícola. Como en años anteriores, Syngenta será una de las referencias de la feria, ya que ofrece al sector las mejores soluciones en programas de producción integrada y asesoramiento para las cooperativas y grandes productores o en estrategias de conservación de frutas para los exportadores y supermercados.

NOVEDADES

Además, todas las novedades presentadas ayudarán a cumplir los compromisos para 2020 que Syngenta ha plasmado en su 'Good Growth Plan', también presente en la feria.

Por otro lado, también cabe destacar que, durante los tres días de feria, el conocido humorista Leo Harlem amenizará el stand de Syngenta con sus monólogos y destacará cómo las frutas y hortalizas se producen y llegan sanas a la mesa de los consumidores.

Además, este año, el stand se centrará en productos novedosos de sanidad vegetal para la protección de las plantas hortícolas y frutales y para la conservación poscosecha, novedades como Cidely Top, que es muy eficaz para el control de enfermedades fúngicas en tomate, pimiento, berenjena, fresa, pepino, calabacín, melón y sandía; o Ampligo, producto de aplicación foliar para el control de orugas de lepidópteros en algunos cultivos hortícolas al aire libre

Igualmente, también se darán a conocer otros productos ya conocidos como Dardo, Switch o Scholar.



Stand de Syngenta en Fruit Attraction 2014. /FHALMERIA



Syngenta apuesta por soluciones integrales para toda la cadena. /FHALMERIA



A MÁS

Idai Nature realiza un 'Greenbranding' y lanza su nueva web, moderna e intuitiva

www.idainature.com ofrece un buen servicio a sus clientes y usuarios interesados en el cultivo de frutas y hortalizas libres de residuos químicos

Conscientes de la importancia que en la actualidad tiene la imagen que transmite una empresa, Idai Nature lleva meses apostando por un proceso de branding de su identidad gráfica. Su premisa fundamental ha sido la de crear un estilo propio, diferenciador y unificado siguiendo un programa integral 'Greenbranding'. De este modo, la marca ha ganado solidez y coherencia contribuyendo a diferenciar-

se del resto, fortaleciendo aún más

su imagen de marca verde. El re-

sultado final ha sido una apuesta de valor diferenciadora que genera confianza de marca y que se transmite a través de cualquier medio de comunicación, desde el material gráfico de la empresa (papelería, fichas comerciales, etiquetas, catálogos, merchandising, etc.), utilizando materiales y papeles 100% reciclados, hasta la creación de Stands para ferias nacionales e internacionales con materiales completamente naturales.

NUEVA WEB

Este complejo y exhaustivo proceso ha traído consigo el lanzamiento de la nueva página web la empresa, www.idainature.com, un completo espacio en el que los usuarios encontrarán toda la información rela-

Especialistas en soluciones nat

■ Captura de la nueva página web de Idai Nature. /FHALMERIA

tiva a los distintos productos y servicios que ofrecen, así como todas las novedades sobre su actividad. Esta herramienta de comunicación interactiva ha sido diseñada con las premisas de ser de fácil manejo, intuitiva y clara, con el objetivo de ofrecer un buen servicio a sus clientes y a aquellos usuarios interesados en el cultivo de frutas y hortalizas libres de residuos químicos.

La usabilidad de nueva web atiende perfectamente a las demandas del usuario actual y es una página 'responsive', lo que facilitará al usuario su acceso a través de distintos dispositivos. Además, las animáticas 3D ayudan a entender mejor los valores corporativos de la empresa y su core-business.

Idai Nature refuerza, de este modo, su presencia en Internet, ofreciendo la oportunidad de acceder a toda la información de la empresa de la forma más fácil y rápida posible.

Con todo este trabajo Idai Nature continúa realizando una decidida apuesta por una imagen de marca que transmite a la perfección los valores de la empresa: la innovación continua, la investigación y el desarrollo, la ética empresarial y la honestidad.



Envía un WhatsApp con el texto "CODIGO" al:

656 337 500

IMAGEN

El Consistorio de El Ejido muestra a profesionales y turistas cómo se producen las hortalizas en el municipio

El regidor ejidense, Francisco Góngora, apuesta por dar a conocer el esfuerzo que se realiza desde el sector en I+D+i o en nuevas tecnologías

Rafa Villega

El turismo agrario está en auge en El Ejido. Además de la premiada Clisol Agro, el Ayuntamiento del municipio también recibe a profesionales del sector agrícola, estudiantes y periodistas para darles a conocer cómo se produce en la zona.

Al respecto, el alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, ha asegurado que "se busca que se conozca realmente cómo cultivamos. Hay muchos tópicos que se alejan mucho de la realidad. Por eso, también por parte de las em-

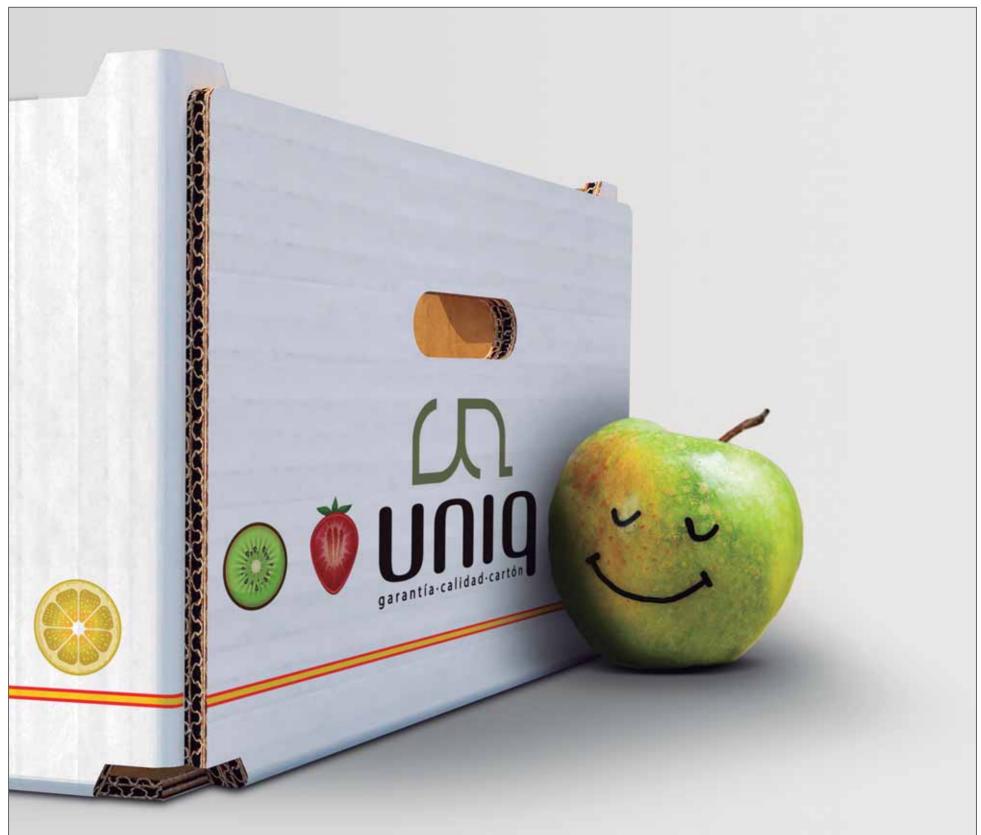
presas, hay que hacer un mayor esfuerzo para que se conozca realmente cómo se produce, así como todo el esfuerzo que hay en innovación, en investigación, en desarrollo, en nuevas tecnologías...".

Góngora ha asegurado, además, que "lo que ocurre es que desde fuera no se hacen muchos esfuerzos por parte de muchos medios de comunicación de divulgar ese trabajo que se hace". No obstante, ha dejado claro que "vamos, poco a poco, mejorando en imagen y las empresas se están animando a invertir en el municipio, como está haciendo Rijk Zwaan, con un nuevo centro de investigación, y Bayer, que va a hacer una inversión muy importante, centralizando gran parte de su investigación a nivel mundial aquí en El Ejido".



■ Visita de estudiantes alemanes para conocer la realidad agrícola del municipio de El Ejido. /FHALMERÍA





TODOS SOÑAMOS CON ALGO, ¿TÚ CON QUÉ SUEÑAS?







SOMOS GARANTÍA, SOMOS CALIDAD, SOMOS CARTÓN, **SOMOS UNIQ**

Descubre más en Fruit Attraction 2015

Visítanos en el Pabellón 10 stand 10010 en el recinto ferial IFEMA Madrid

