



ASÍ ESTÁN LAS PIZARRAS

Noviembre nefasto para los precios por las altas temperaturas

Las cotizaciones han comenzado a repuntar en la última semana, sin embargo, desde COAG critican que la especulación comercial hará difícil descongestionar el mercado **Pág. 3**



La crítica situación de precios hizo que UPA en la provincia protagonizara el reparto de 8.500 kilos de hortalizas en Almería.

ESPECIAL

Melón, sandía y pepino

Páginas 17 a 32

ESPECIAL

Así fue Fruit Attraction 2015...

Páginas 33 a 44

BALANCE

La campaña 2014-2015 batió todos sus records históricos, según el Informe de Cajamar

- La superficie invernada continúa creciendo, hasta rozar las 29.500 hectáreas.
- La producción, por su parte, superó los 3,2 millones de toneladas. **Página 4**

ASAMBLEA

HORTYFRUTA entrega a la Junta un listado de 'chiringuitos' y le pide "agilidad" en la inspección

- Francisco Góngora ha sido reelegido presidente de la Interprofesional por dos años más, en los que la higiene rural y la recuperación del sabor serán claves. **Página 7**

www.precioshorticolas.com

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

EL EJIDO

El Ayuntamiento y la Junta, a un paso de alcanzar el acuerdo sobre el solar de Frutilados

Pág. 4

REDUCCIONES

COAG trabaja para conseguir una nueva rebaja fiscal acorde a las necesidades del sector

Página 6

RECURSOS

Los agricultores de Nijar podrán contar con 800.000 metros cúbicos más de agua de riego **P.10**

OTROS CUATRO AÑOS

Francisca Iglesias, de nuevo secretaria general de UPA-Almería **Pág. 12**

RIEGOS

Traer agua de Rules, alternativa para paliar el déficit hídrico **Pág. 16**

ANOS. BARRERA

SEMILLERO ESPECIALISTAS EN INJERTOS DE MELONES Y SANDIAS RESERVELOS Y COMPRELOS YA 950 52 21 68 649 87 33 38 PUENTE DEL RIO ADRA

Opinión

La asociación PROEXPORT de Murcia ha elaborado un informe con el que pretende demostrar el mayor coste de las cajas de plástico reutilizables en la comercialización de frutas y hortalizas. Los empresarios murcianos calculan que la imposición de los importadores les cuesta al año 64 millones de euros, un 24 por ciento más que si libremente pudieran usar otro tipo de envases.

Es una queja generalizada en el sector exportador de Almería, pero que nadie critica públicamente para evitar problemas con el cliente importador, que es quien impone el uso de estos envases más caros.

Fue en el año 1994 cuando se empezaron a presentar las cajas pool a los exportadores almerienses en reuniones informativas celebradas fundamentalmente en Murcia. Su introducción se producía por la necesidad de reducir la basura que genera la caja desechable de cartón.

Desde entonces hasta hoy, los exportadores almerienses han asumido el coste, casi sin rechistar, por miedo a posibles represalias, incluso cuando se han intentado poner en marcha algunas comisiones de seguimiento por parte de empresarios locales han sufrido el boicot de los que no han querido participar.

Las cajas de plástico reutilizables pool son muy demandadas por los

FE DE ERRATAS.- En la Guía de Nutrición y Protección Vegetal del Anuario Agrícola 2015 de FHALMERIA, hay un errata en la ficha de Stemicol, de Lida Plant Research (página 124). La composición correcta de este producto es Chito-oligosacáridos.

Los exportadores murcianos se rebelan contra las cajas pool por su alto coste

■ José Antonio GUTIÉRREZ ESCOBAR



Las cajas de plástico reutilizables pool son muy demandadas por los grandes importadores de Europa, nadie en Almería quiere tener problemas con la Gran Distribución y se asume un mayor coste que termina pagando el agricultor

grandes importadores de Europa, nadie en Almería quiere tener problemas con la Gran Distribución y se asume un mayor coste que termina pagando el agricultor, recibiendo un menor precio por sus hortalizas.

Es cuando menos llamativo el hecho de que se vigilen a través del Tribunal de la Competencia todos aquellos acuerdos, pactos y reuniones cuyo objetivo sea imponer un precio entre todos los que participan en el mismo negocio con productos iguales a la vez que se permiten estas prácticas que dejan en situación de desigualdad y sometimiento al exportador respecto de su cliente.

Los murcianos han sido capaces de dar el paso y ofrecer por escrito a la opinión pública un documento contundente que avala la queja producida por el mayor coste en el uso del plástico reutilizable para envasar las hortalizas que se exponen en los supermercados.

Si ese estudio se realizase en Almería, la cifra resultante sería simplemente espectacular. La diferencia de volumen de Almería con Murcia es muy significativa a favor de la provincia andaluza. Los datos serían sorprendentes y el sometimiento del comercializador de frutas y hortalizas local, abrumador.

De momento, no hay posibilidad de mantener la libertad de servir las

hortalizas en otro envase, si se hace, se corre el riesgo de que el cliente no quiera el producto y se vaya a la competencia, que siempre está dispuesta a decir que sí.

Volvemos a lo de siempre. En Almería, la falta de profesionalidad provoca que se cuide más al cliente que al propio productor, socio de la entidad exportadora. Los responsables de la venta diaria prefieren que sus agricultores cobren menos a costa de llevarse bien con el cliente.

Entre las cosas que tiene que cambiar el sector en Almería se encuentra este comportamiento pro cliente, en ocasiones casi a ciegas como mejor forma de vender. Es

necesario que los exportadores locales sean capaces de diferenciar la competencia de lo que es un comportamiento inteligente. Nadie tiene clientes, los clientes sí tienen muchas empresas que les sirvan y las manejan a su antojo. Pruebas de ello hay muchas, una de esas pruebas es la imposición de cajas de plástico reutilizables.

¿Será capaz el sector de Almería de afrontar un frente reivindicativo para evitar un mayor coste del envasado cuando hay posibilidades de servir las hortalizas con todas las garantías exigidas a un precio mejor? Murcia ha demostrado capacidad, coraje y formas. A ver en Almería qué hacemos.



fhalmería

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

REDACCIÓN: Isabel Fernández González, Elena Sánchez García y Rafael Villegas Alarcón.
TELÉFONOS: 950 57 13 46 y 628 08 02 60.
EMAIL: fhalmeria@fhalmeria.com - redactor1@fhalmeria.com - redactor2@fhalmeria.com - redactor3@fhalmeria.com
FOTOGRAFÍA: Archivo CIA, S.L.

DEPARTAMENTO COMERCIAL Y PUBLICIDAD:
Caterina Pak
TELÉFONOS: 950 57 13 46 y 679 464 490. Fax: 950 57 21 46.
E-mail: publi@fhalmeria.es - comercial@fhalmeria.com.
PORTAL WEB: www.fhalmeria.com - www.fhalmeria.es

Imprime: Corporación Gráfica Penibética
Dép. Legal: AL-2839-2007
ISSN 1889-4836

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

30 AÑOS A SU SERVICIO

www.polisur.es

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

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

Actualidad

BAJAS COTIZACIONES

La especulación comercial 'frena' la recuperación de los precios en origen

Productos como calabacín o berenjena están viendo subir sus precios, mientras que otros como el pepino siguen en cifras nada rentables

■ Isabel Fernández

Noviembre por fin ha tocado a su fin y lo ha hecho con precios más que desiguales para las hortalizas que se cultivan en la provincia y que, según Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, tienen que ver, y mucho, "con la capacidad de aguante en cámara frigorífica que tienen algunos productos". En este sentido, Góngora explicó que, mientras ha habido sobreproducción de determinadas hortalizas, fruto de las altas temperaturas, no han sido pocas las comercializadoras que han aprovechado para llenar sus cámaras de género y esperar, de este modo, tiempos



■ UPA Almería repartió 8.500 kilos de hortalizas por unos precios justos. /I. F. G.

mejores. El resultado es, por ejemplo, "que productos como el tomate rama, que no aguanta nada en la cámara, esté repuntando, mientras que el pera o el suelto, que sí que aguantan, siguen estando baratos". Tanto es así que,

por ejemplo, a finales de la semana pasada, el tomate rama superaba, en algunos casos, los 0,90 euros el kilo, mientras que el pera apenas alcanzaba los 0,35 euros. Caso similar es el del pepino tipo Almería, "el rey de las cámaras

frigoríficas", que apenas ronda los 0,25 euros el kilo.

En cualquier caso, Góngora afirmó que todo apunta a que "los precios comenzarán a subir a lo largo de esta semana", en parte, debido a que "son muchas las cadenas que prevén cerrar su planificación de Navidad en torno al 15 de diciembre".

BALANCE DEL MES

Si bien es cierto que noviembre ha sido un mes para olvidar, también lo es que "ha estado en la tónica de otros años". "Si al principio no hay frío, como ha ocurrido este año, nos encontramos con precios bajos generalizados", lamentó Góngora, quien criticó que si bien "la climatología nos pone en nuestro sitio", también es cierto que, "comercialmente, estamos en la Edad de Piedra".

Para el secretario provincial de COAG, la situación de bajos precios no hubiese llegado tan lejos

si "en octubre y en noviembre se hubiesen hecho retiradas en condiciones". De haber sido así, "estoy convencido de que los precios hubiesen sido otros". Sin embargo, y por el momento, lo único cierto es que "va a costar descongestionar el mercado" y eso a pesar de que la llegada del frío a la Unión Europea (UE) está contribuyendo a aumentar la demanda en los últimos días.

Por otro lado, y ante esta situación de bajos precios, UPA Almería protagonizó el pasado 25 de noviembre un protesta en la capital de la provincia, en la que distribuyó 8.500 kilos de hortalizas entre los viandantes para llamar la atención sobre las bajas cotizaciones de los productos en origen. La secretaria general de UPA Almería, Francisca Iglesias, criticó que, "en veinte días, el precio del tomate ha pasado de pagarse a más de un euro de media en origen a cerca de 20 céntimos" y, lo que es peor aún, "no hay razón ni motivo para un hundimiento tan brusco". Desde UPA demandaron medidas que permitan "regular el mercado" y evitar distorsiones, entre ellas la regulación de la retirada en verde y la reforma del sistema de retirada de las OPFH.

JUNTOS
podemos



Agrobío®

· soluciones biológicas ·

CALIDAD





www.agrobio.es

BALANCE

La campaña hortofrutícola almeriense 2014/2015 bate todos sus registros históricos, según Cajamar

La superficie invernada sigue creciendo hasta las 29.597 hectáreas, así como la producción, que alcanzó los 3.227.923 toneladas

■ Elena Sánchez

El pasado 25 de noviembre, el Centro de Cultura de Cajamar en Almería acogió la presentación del 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2014/2015', elaborado por el Servicio de Estudios Agroalimentarios de Cajamar. Una vez más, el ejercicio agrícola almeriense ha arrojado datos históricos, gracias al incremento de las cifras tanto de superficie, producción como comercialización de frutas y hortalizas. Y es que, según Cajamar, en el caso del número de hectáreas, éstas aumentaron un 1,9 por ciento hasta llegar a las 29.597 hectáreas, lo que ha conllevado a que la superficie efectiva también marque un nuevo máximo histórico e incrementa sus cifras un 0,5 por ciento en comparación con la campaña anterior.

El incremento del número de hectáreas en el sector hortofrutícola almeriense desembocó, asimismo, en un aumento de las

cifras en cuanto a volumen de kilos se refiere, alcanzando el total entre frutas y hortalizas de 3.227.923 toneladas, de las que casi 3,2 millones se corresponden con los principales productos del campo almeriense.

En esta ocasión, el análisis publicado por Cajamar señala a la berenjena y la sandía como los principales productos destacados en cuanto a producción se refiere. Y es que, la hortaliza, por ejemplo, incrementó sus datos en un 25,4 por ciento, mientras que en el caso de la sandía, la mejoría es más llamativa después de dos campañas en las que se estaba pasando por un mal momento, sin embargo, para Cajamar, la corrección de este bache ha permitido que se mejore en la campaña que se analiza.

TOMATE, HACIA ATRÁS

Sin embargo, los datos más negativos fueron, en esta ocasión, para el tomate, el pimiento y la judía, ya que sus producciones disminuyeron en comparación con ejercicios agrícolas anteriores. El mayor descenso fue el experimentado por el tomate, ya que superó el 6 por ciento, seguido de judía y pimiento, con una bajada del 3 por ciento en el número de kilos.



■ El Centro de Cultura de Cajamar se llenó para conocer las cifras de la última campaña hortofrutícola almeriense. /FHALMERÍA

Con relación a los ingresos recibidos a través de la comercialización de las frutas y hortalizas, el 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2014/2015' indica que los agricultores almerienses vieron sus cosechas alcanzar la cifra de 1.774,29 millones de euros, es decir, un 14,1 por ciento más que en el ejercicio precedente. Principalmente, este aumento está relacionado, según Cajamar, con la subida de las producciones pero, sobre todo, con la

mejora de las cotizaciones, ya que en casi todos los productos se han registrado cifras de dos dígitos, a excepción de los precios obtenidos por el pepino, el pimiento y el tomate.

Con todo ello, una campaña que ha vuelto a dejar récord histórico en todos sus sentidos, ya que también se ha destacado el avance en el proceso de la concentración de la oferta local o el peso de las exportaciones sobre el total comercializado en la provincia.

Tras finalizar la presentación de los datos de campaña, se presentó el volumen 28 de la colección de estudios Mediterráneo Económico, titulado 'El sector agroalimentario español. Una visión de futuro', y que fue coordinado por Jorge Jordana, doctor ingeniero agrónomo, quien destacó la potencia de este sector, que cuenta con expectativas claras de crecimiento, que podrán alcanzarse e incluso superarse si se trabaja en eliminar los obstáculos que se le oponen.

CADA VEZ MÁS CERCA

El Ayuntamiento y la Junta, a un paso del acuerdo con el solar para Frutilados

■ R. V. A.

El Grupo Municipal del Partido Popular en el Ayuntamiento de El Ejido presentó en el pasado Pleno, celebrado con carácter extraordinario el 24 de noviembre, una moción, con carácter de urgencia, aprobada por unanimidad de la Corporación Municipal, por la que se informa de lo cerca que está el Consistorio ejidense de llegar a un acuerdo con la Junta de Andalucía con respecto al solar en el

que se va a ubicar Frutilados. Cabe recordar que lo que se está intentando, por parte del Ayuntamiento, es llegar a un acuerdo de compraventa con la Junta, a un precio aceptable, de los terrenos en los que se ubicaba el Instituto Andaluz de Reforma Agraria, en el término municipal de El Ejido.

El alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, ha informado en el Pleno Municipal de que la Junta "ha bajado el precio del solar de forma considerable. Ahora sí hay vo-

luntad de llegar a un acuerdo". Respecto a este punto, el secretario general de los socialistas ejidenses y concejal portavoz del Grupo Municipal del PSOE de El Ejido, Tomás Elorrieta, ha asegurado que le parece "muy bien aprobar este punto, para evitar retrasos".

Francisco Góngora, por su parte, se ha mostrado muy satisfecho y agradecido por que "rememos en la misma dirección". Es más, el regidor ejidense ha reconocido que "sé que el PSOE de El Ejido ha re-



■ Momento en que se constituyó la sociedad Frutilados del Poniente S.L. /FHALMERÍA

alizado visitas" para propiciar también la solución de esta problemática. Góngora ha reiterado que "hay más voluntad por parte de la Consejería, ojalá que esto dure mucho tiempo".

Igualmente, en el mismo Pleno, se aprobó la puesta en marcha de una planta de tratamiento de nutrientes orgánicos, que se ubicará en el paraje de Las Chozas, en Las Norias.

PARA UNA PRODUCCIÓN SIN RESIDUOS Y SIN PLAZO DE SEGURIDAD

Proviran, el regenerador celular frente a bacterias

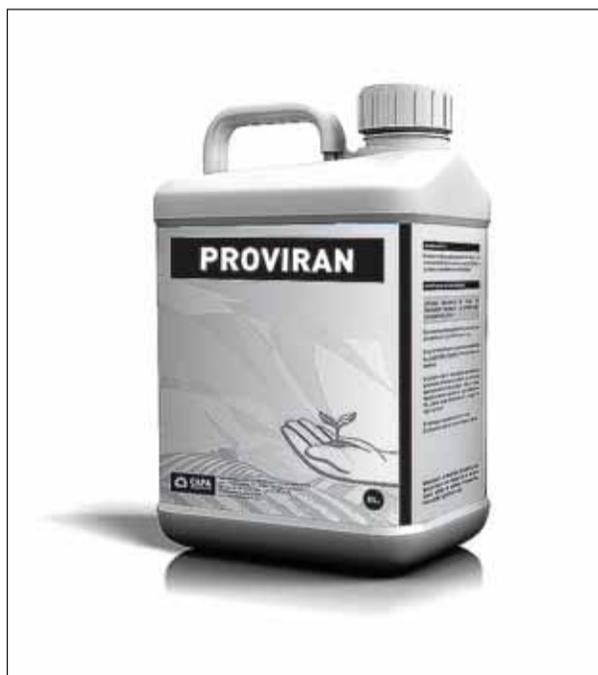
Su uso activa la formación de metabolitos secundarios, favoreciendo la formación de mecanismos de reparación de las células dañadas

■ CIA

Proviran es la marca comercial del formulado biológico con acción bioestimulante frente a estrés biótico causado por bacterias desarrollado y comercializado por la empresa Capa Ecosystems.

Se trata de un formulado regenerador y reconstituyente celular que contiene diferentes activos que son responsables de la regeneración e inducción celular de la planta sometida a estrés biótico generado por bacterias (*Clavibacter michiganensis*, *Pseudomonas syringae*, *Xanthomonas campestris*, *Erwinia carotovora*).

Proviran incorpora ácidos grasos poliinsaturados y compues-



■ Proviran. /FHALMERÍA



■ Capa Ecosystems es la empresa que comercializa Proviran. /FHALMERÍA

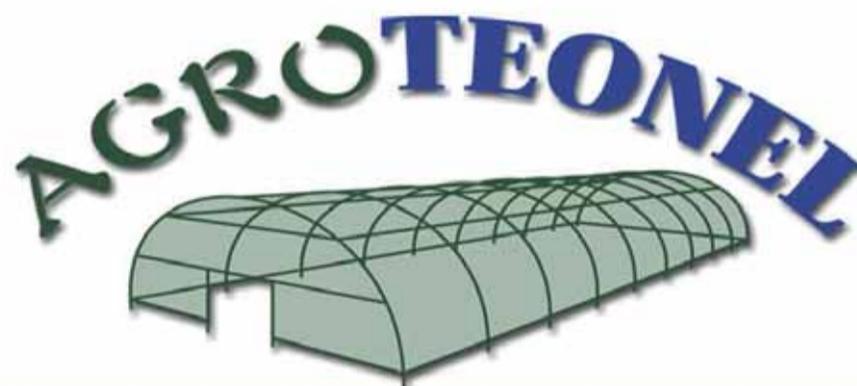
tos peptídicos que actúan a nivel celular, activando la formación de metabolitos secundarios en la planta responsables de equilibrar la interacción planta-pa-

tógeno, favoreciendo la formación de mecanismos de reparación de las células dañadas por ataques de bacterias. Asimismo, promueven la formación de nue-

vas células meristemáticas del crecimiento.

Esta tecnología basada en compuestos naturales de uso en alimentación y aplicación en vegetales ha

permitido desarrollar un producto no peligroso en su aplicación y manipulación y se integra dentro del programa y recomendaciones sin residuos y sin plazo de seguridad.



**CONSTRUCCIÓN DE TODO TIPO DE INVERNADEROS Y NAVES
BANDAS DE TODO TIPO - ANTESALAS - PUERTAS - SOLDADURAS EN GENERAL
FABRICACION Y VENTA DE MATERIAL PARA INVERNADEROS**

**TECHNO
TEONEL S.L.**



TEL. 950 60 34 12 - 637 79 27 29 y 699 48 65 13 - FAX: 950 10 17 97

E-mail: info@technoteonel.com

ELABORADO POR LA JUNTA DE ANDALUCÍA

El Plan de Agroindustria andaluz pasa por la apuesta por la I+D y el apoyo a la IV y V gama almerienses

Según el PSOE, este nuevo Plan se ajustará a las nuevas necesidades del sector e impulsará el desarrollo y crecimiento almerienses

■ Elena Sánchez

La Junta de Andalucía se encuentra en pleno proceso de elaboración del nuevo Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía, dentro del que se prestará atención a las necesidades del sector agrícola almeriense. En este sentido, desde el PSOE de Almería han dado a conocer que este plan promoverá la industrialización del agro almeriense, prestando atención a las distintas demandas que presenta este sector en Almería, “ya que se ajustará a las nuevas necesidades de la agricultura provincial, al nuevo marco normativo de la Unión Europea y de Comunidad Autónoma y a un entorno económico diferente”. Asimismo, desde el partido político de la rosa, se ha dado a conocer que el Plan contará con una inversión de más de 200 millones de euros y “reforzará las medidas de apoyo desarrolladas



■ Algunos productos elaborados por La Gergaleña. /ELENA SÁNCHEZ

durante los últimos años y prestará atención a la internacionalización, innovación y equilibrio de la cadena alimentaria, atendiendo, prioritariamente, a productos y consumidores. De hecho, desde el Partido Popular (PP) están de acuerdo en que el sector de las frutas y hortalizas necesita el valor añadido de la industrialización que ahora se llevan otras comunidades y que va a desarrollar posibilidades, sobre todo, en cuarta y quinta gama, lo que, para el PP, supondrá un paso muy importante para obtener el valor añadido de la agricultura almeriense

y generar, así, más empleo en el sector.

Finalmente, desde la opinión de Izquierda Unida (IU) se ha dado a conocer que el nuevo modelo productivo tanto de Andalucía como de Almería necesita de más apoyo a la investigación propia y mayor colaboración con la Universidad de Almería, así como en lo relativo a subvenciones y bonificaciones a las industrias. IU apuesta por ayudas ligadas al territorio, a los productores y que las plusvalías y que el valor añadido repercuta de forma directa en la provincia.

HORTOFRUTÍCOLA NACIONAL

Agricultura publica los resultados del debate público sobre el sector

■ E. S. G.

Dentro de las jornadas llevadas a cabo en la pasada edición de Fruit Attraction, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente dio a conocer los resultados de la consulta pública, encuestas e información de los grupos de debate para realizar un diagnóstico del sector hortofrutícola español con el que se diseñará la futura Estrategia nacional. A dichas jornadas acudieron representantes del sector almeriense como Juan Antonio Díaz Planelles, di-

rector general de SAT Agroiris, así como Juan Colomina, por parte de COEXPHAL. Entre las conclusiones, los participantes han coincidido en considerar que el sector no sería lo que es hoy de no existir los programas operativos, que han permitido avanzar en todos los ámbitos y son claves para el dinamismo del sector. Asimismo, se considera que las medidas y actuaciones que se recogen en la Estrategia en vigor son adecuadas y existe poco margen de mejor. En lo que se refiere a la prevención y gestión de crisis, se considera que

las actuales medidas disponibles no resultan eficaces, de hecho, se cree que es preciso trabajar más en la prevención a través de la planificación.

Todas estas conclusiones serán la base para elaborar las medidas que deben ser apoyadas con fondos comunitarios, con el fin de optimizar la utilización de los recursos financieros disponibles, así como para diseñar cualquier política que afecte al sector hortofrutícola en un futuro. El fin es lograr un sector competitivo y adaptado al actual mercado.

COAG ALMERÍA

Trabaja en un documento con el que se pueda publicar una rebaja fiscal acorde con las necesidades del sector

■ E. S. G.

COAG-Almería está trabajando en la elaboración de un documento para recopilar toda la información relativa a los inconvenientes a los que se están enfrentando los agricultores y ganaderos almerienses. En este sentido, Andrés Góngora, secretario provincial de la organización agraria, explica que “nuestros productores nuevamente se han enfrentado este año a problemas de enfermedades y plagas en los cultivos,

a la sequía o lluvias torrenciales y granizo. Es por ello que estamos elaborando un documento donde se recoge de qué forma han afectados estos factores a la rentabilidad de las explotaciones agrarias y que trasladaremos a los ministerios de Agricultura y Hacienda para que publiquen una rebaja fiscal acorde con las necesidades del sector”.

Y es que, Hacienda ya ha publicado los índices aplicables ordinarios para el sector agrícola y ganadero para aquellos agricultores que tributen en módulos.



■ Tomate y calabacín mini en exposición. /E. SÁNCHEZ

BALANCE MUY POSITIVO

Hidrosoph hizo su puesta de largo en la última edición de la feria Fruit Attraction

■ CIA

El pasado mes de octubre, Hidrosoph participó, por segunda vez, en Fruit Attraction, una experiencia que ha sido calificada como muy “exitosa” por parte de la propia empresa, ya que ha despertado un gran interés entre gerentes y directores técnicos de grandes explotaciones agrarias, lo que ha supuesto la puesta de largo de la entidad en el sector hortofrutícola español.

Hidrosoph acompaña a sus clientes en la totalidad del proceso de los cultivos, ofreciendo un seguimiento personalizado en cada proyecto en marcha. El trabajo a medida de acuerdo con las necesidades que requiere cada uno de sus clientes y en base a análisis previos es una de las marcas de la casa, que está recibiendo una acogida excepcional en el mercado español. En la actualidad, la empresa cuenta con una cartera de más de 400 clientes en todo el mundo.

HORTIESPAÑA, PARA PRIMAVERA

HORTYFRUTA entrega a la Junta un listado de 'chiringuitos' y le pide "agilidad" en su inspección

La Interprofesional reeligió como presidente a Francisco Góngora en una Asamblea en la que se marcaron las directrices de la campaña

■ Isabel Fernández

La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) aprovechó la presencia de Rafael Peral, director general de Industrias y Cadena Alimentaria de la Junta de Andalucía, en su Asamblea del pasado 26 de noviembre para hacerle entrega de un listado completo de los almacenes ilegales que hay actualmente en las provincias de Almería y Granada y exigirle a la Administración "agilidad" a la hora de inspeccionar estas empresas que "son competencia desleal para el resto, que cumplen con todos los requisitos legales", según afirmó Francisco Góngora, que resultó reelegido presidente de HORTYFRUTA por tercer mandato consecutivo en esa asamblea. Góngora explicó en declaraciones a FHALMERÍA que "la lucha contra estas instalaciones ilegales es ya una



■ Asamblea Ordinaria de HORTYFRUTA del pasado 26 de noviembre. /FHALMERÍA

cuestión recurrente para nosotros" y añadió que, además de la Junta, "vamos a entregar ese mismo listado a Sanidad y a la Agencia Tributaria". Para Góngora, "no es justo que, mientras otras empresas que cumplen con la legalidad están sometidas a inspecciones constantes, en estos otros casos no se actúa con contundencia".

Junto a esa lucha contra los denominados 'chiringuitos', se refirió a la higiene rural, la problemática del agua o la recuperación del sabor de ciertas hortalizas como

otras de las líneas de trabajo marcadas por la Interprofesional para esta campaña, la 2015/2016. Con respecto al tema del sabor, Góngora afirmó que "tenemos que trabajar muy duro para la recuperación del sabor en productos como el tomate, el melón y la sandía" y, para ello, "estamos ahora definiendo las líneas de trabajo", que pasan, cómo no, por la I+D.

Por otro lado, y preguntado sobre su reelección para permanecer dos años más al frente de HORTYFRUTA, Francisco Góngora co-

mentó que afronta esta nueva etapa "con la misma ilusión que el principio" y con el claro objetivo de trabajar en pro del bien del sector hortofrutícola andaluz.

HORTIESPAÑA

Góngora aprovechó la oportunidad, además, para referirse a la recién nacida Organización Interprofesional Española de Frutas y Hortalizas (HORTIESPAÑA), que, según avanzó, "esperamos que pueda contar con su reconocimiento como tal para primavera". Después de la rúbrica del documento para su constitución en la pasada edición de Fruit Attraction por parte del propio Góngora y del director general de Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Fernando Burgaz, el presidente de HORTYFRUTA indicó que "esperamos que, antes de finales de año, los estatutos de la nueva organización puedan estar en el Ministerio para, a partir de ahí, contar con su reconocimiento".

HORTIESPAÑA está formada por ocho asociaciones que aglutinan a un total de 719 empresas hortofrutícolas que comercializan más de 3 millones de toneladas de producto anualmente y cuya facturación asciende a 2.682 millones de euros. La nueva Interprofesional nacional se organiza en dos colegios, uno de Producción y otro de Comercialización, y entre sus objetivos se encuentra definir el marco de una futura Interprofesional Europea.

EN FRUIT ATTRACTION

UPL presentó sus novedades a numerosos técnicos

■ CIA

UPL presentó sus novedades en la pasada edición de Fruit Attraction, que tuvo lugar del 28 al 30 de octubre pasados. La empresa aprovechó la ocasión para dar a conocer la Tecnología Disperss® a numerosos técnicos y agricultores que acudieron a su stand. De este modo, UPL presentó las formulaciones Disperss®, tales como Microthiol®, Special Disperss® y Novicure®, además de las novedades Cuprofix® 30 Disperss® y Optix® R.

Durante la feria, UPL lanzó el Thiopron®, nueva generación de formulado. Esta solución a base de azufre está indicada para aplicaciones solo o en mezcla, es totalmente selectivo y cuenta con alta resistencia al lavado por lluvia o riego por aspersión, gracias a la Tecnología 'Rain Free Protection'.

Finalmente, UPL sorteó 2 IPHONE 6 S entre los participantes al sorteo que se realizó en el stand. Los ganadores fueron Coral Pallares (Sevilla), productora de arroz, y Antonio Domínguez (Badajoz), productor de frutales.

Hemos mejorado

nuestras instalaciones

para ofrecerte

la mejor planta

CAMPOEJIDO

SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA

Paraje Lote Los Rodriguez, s/n - Carretera de Almerimar

Teléfonos: 950 488 215 y 950 607 700

- www.campoejido.com

MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA

Semilleros Loteplant, garantía y calidad durante toda la campaña

La empresa está especializada en pepino, así como en el injerto de berenjena y, desde hace dos años, cuenta con unas instalaciones para ecológico

■ Elena Sánchez

Semilleros Loteplant es una empresa que cuenta con una gran experiencia en la producción hortofrutícola de Almería, ya que su trayectoria de más de 20 años en el sector le permite ofrecer al agricultor una planta de máxima garantía y calidad. En este sentido, Loteplant cuenta, a día de hoy, con unas modernas instalaciones, claves para la crianza, así como también, gracias a su experimentado equipo técnico, este semillero oferta injertos de alta calidad en cualquier época del año, destacando,



■ Interior de las instalaciones de Semilleros Loteplant.

principalmente, el injerto de pepino y berenjena, aunque se adaptan a cualquier tipo de de-

manda por parte del productor. En la actualidad, Semilleros Loteplant cuenta con un total de sie-

te hectáreas de tierra repartidas en tres sucursales. De hecho, una de ellas será inaugurada en los

próximos días en el propio municipio de El Ejido.

ECOLÓGICO

Con el fin de seguir a la vanguardia de un sector que está en continuo cambio, así como para satisfacer las demandas del agricultor, hace dos años, aproximadamente, Loteplant adaptó sus instalaciones a la cría de la planta ecológica, obteniendo la certificación CAAE 2092/91, para el cual fueron asesorados por profesionales, con el único fin de garantizar la mejor calidad en todos sus semilleros. Y es que, Loteplant apuesta por continuar siendo un semillero innovador, rompiendo con los convencionalismos en busca de soluciones que permitan mejorar la calidad de la planta.

De cara a la campaña de primavera 2015/2016, este semillero ya ha comenzado a trabajar con sandía, uno de los productos más demandados en el sector hortofrutícola almeriense y que, cada año, consigue aumentar sus cifras generales tanto en superficie como en volumen de kilos.

JORNADAS DE CAMPO

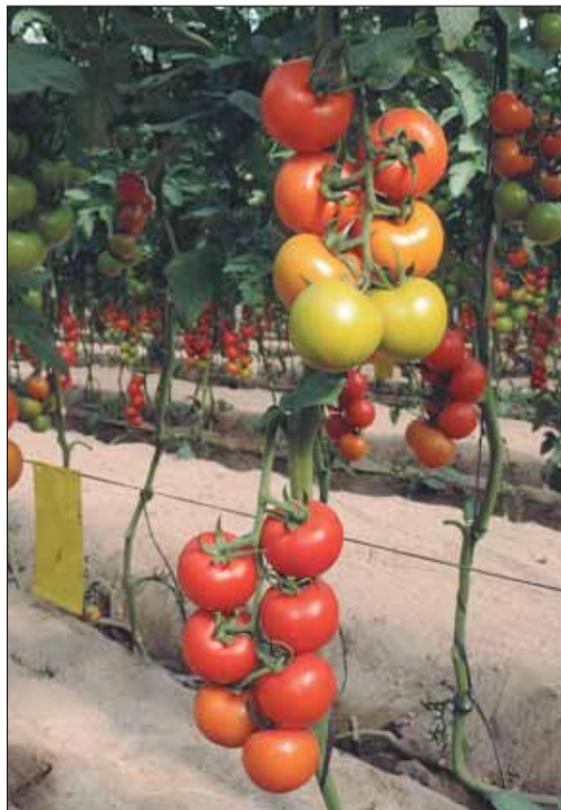
Seminis presenta Laujar, el más temprano de los tomates en rama que no se raja con calor

■ CIA

Seminis, marca de Monsanto, ha presentado su variedad de tomate en rama Laujar en dos fincas de Níjar. Se trata de un tomate en rojo para recolección en rama o suelto con una planta vigorosa que aporta gran precocidad de producción y buen cuaje en calor manteniendo los entrenudos cortos.

En cuanto al fruto, cabe destacar que tiene una buena postcosecha. La rama que hace es muy uniforme, larga con raquis grueso y dispuesta en raspa de pescado. No tiene tendencia al rajado en condiciones de engorde con calor.

Jesús Joya, técnico de Seminis, comentó que “esta variedad es de entrenudos cortos, buen cuaje, ramos bien hechos, buen calibre, no se raja y la planta es de porte abierto. Se puede recolectar en suelto y hace un calibre M de excelente



■ Laujar es de entrenudos cortos y ramos bien abiertos. /FHALMERÍA



■ Gabriel García, propietario de una de las fincas. /FHALMERÍA

calidad y tamaño. Es una variedad muy precoz, la primera del año”.

Una de las fincas que fue presentada a los medios de comunicación pertenece al agricultor Diego García Ruiz, quien comentó al respecto que “es una buena experiencia. Tengo plantados

10.000 metros cuadrados de invernadero desde el 7 de agosto y las características que tiene la variedad se ven en la plantación. Estamos en ecológico y gracias a las resistencias que tiene Laujar no tenemos virus”.

Otro agricultor, Antonio Carmona, también ha plan-

tado esta variedad, pero el marco de plantación elegido ha sido diferente. En su caso ha optado por una mayor densidad de plantación, dejando dos tallos a la planta. Las consecuencias directas han sido un menor calibre, pero mayor número de ramos por metro cuadrado.

TRABAJO DIARIO POR Y PARA LA MEJORA DEL CAMPO

Fertinagro ofrece las soluciones más adecuadas que garanticen los mejores resultados al agricultor

Esto también se consigue con la experiencia y el conocimiento del equipo técnico, que les permite asesorar de la mejor manera

■ Elena Sánchez

Fertinagro es una empresa experta en proponer un catálogo completo de fertilizantes capaz de cubrir las necesidades del agricultor cualquiera que sea el tipo de cultivo que realice y de la aplicación agronómica que lleve a cabo. Pero para conseguir siempre el mejor resultado posible, Fertinagro dispone de una amplia red comercial y de delegados técnicos, cuya experiencia y conocimiento sobre los cultivos, les permite asesorar directamente al cliente a la



■ El equipo técnico juega un gran papel dentro de Fertinagro para lograr la mejor elección para el productor. /FHALMERÍA

hora de realizar cualquier aplicación y adaptarla a cada situación. De hecho, desde esta em-

presa se trabaja de manera diaria con el fin de mejorar sus abonos para poder ofrecer la solu-

ción que garantice los mejores resultados, la máxima rentabilidad y, en definitiva, la mayor co-

secha. Y es que, para Fertinagro resulta primordial cubrir las necesidades del agricultor en asesoramiento técnico, así como ayudarle a utilizar prácticas de cultivo que le aseguren el mayor rendimiento de su finca, además de un producto hortícola adaptado a las demandas del consumidor.

INVESTIGACIÓN

Para seguir a la vanguardia y ofrecer lo mejor del mercado, Fertinagro apuesta por la I+D, uno de los departamentos más activos de la entidad, puesto que cuenta con un presupuesto cercano a los 3 millones de euros. Y es que “investigar lo que le afecta a las plantas e interactuar con ellas es nuestro principal objetivo en la investigación”.



efisoil Renovation

BENEFICIOS

- ✓ **Fomenta** de forma específica los microorganismos edáficos beneficiosos para el cultivo (**Tecnología PROLIFE®**).
- ✓ **Aporta nutrientes esenciales** (Potasio, Calcio y Microelementos).
- ✓ Estimula la **regeneración de la cabellera radicular**.
- ✓ **Recupera la fertilidad** de los suelos y la capacidad de retención y asimilación de nutrientes.
- ✓ **Mejora el arranque y vigor de los cultivos**, así como la producción y la calidad de las cosechas.



Potenciador biológico de la
ACTIVIDAD RADICULAR

www.fertinagro.es

 **FERTINAGRO**

ACTIVA Y HOMOGEGINIZA EL COLOR DE LOS FRUTOS

Grupo Agrotecnología presenta su bioestimulante Actium ante técnicos y distribuidores en Almería

La empresa mostró los resultados de los ensayos realizados en pimiento tanto en la provincia como en la Región de Murcia

■ CIA

Grupo Agrotecnología presentó el pasado 5 de noviembre los resultados de distintos ensayos realizados con su bioestimulante Actium tanto en la provincia de Almería como en la vecina Región de Murcia y lo hizo ante técnicos de distintas comercializadoras y distribuidores reunidos en El Ejido. Durante la presentación, David Pérez, director técnico de Grupo Agrotecnología, recordó que Actium es un bioestimulante que contribuye a activar y homogeneizar el color del fruto, recalcando el hecho de que “es un producto que actúa a nivel fisiológico, no hormonal”, apto para todos los cultivos e indicado para una producción de Residuo 0.

Los ensayos realizados por Grupo Agrotecnología en cultivos de pimiento, uno en Almería y dos en Murcia, han puesto de manifiesto la incidencia de Actium no sólo en el color de los frutos, sino también sobre la producción y su calidad. El ensayo llevado a cabo en Almería se desarrolló en un invernadero ubicado en Roquetas de Mar, donde la



■ David Pérez, director técnico de Grupo Agrotecnología, insistió en que Actium actúa a nivel fisiológico, no hormonal. /FHALMERÍA

empresa eligió de forma aleatoria 200 plantas de pimiento California rojo, 100 que fueron tratadas con Actium y otras 100 que sirvieron de testigo. Por medio de los resultados obtenidos, se demostró que “Actium logró una coloración homogénea al 100% frente al testigo, que no consiguió cerrar el color”, explicó Pérez, quien añadió, además, que “la producción de las plantas tratadas con Actium fue un 30% superior a las no tratadas”.

El segundo ensayo fue el realizado en Murcia, en este caso, por el Centro de Demostración y Transferencia Tecnológica ‘El Mirador’. Se testó la incidencia de Actium sobre la calidad y la producción de la planta cuando ésta se descargaba antes, demostrando que se favorecía así un mejor desarrollo vegetativo. El ensayo se efectuó con un cultivo de pimiento California amarillo y, ya desde el segundo corte, los resultados fueron muy favorables. “En la semana 18, cuando se

realizó el segundo corte, la tesis de ensayo tratada con Actium tuvo un color más homogéneo que el testigo y, además, fue más precoz en los cortes sucesivos”, indicó el director técnico de Grupo Agrotecnología. Asimismo, se consiguió aumentar la producción en un 8,12%, obteniendo un 20% de frutos de categoría extra.

El tercer y último ensayo fue dirigido por Grupo Agrotecnología en el Campo de Cartagena en un cultivo de pimiento lamuyo amari-

llo y, al igual que en los casos anteriores, los resultados pusieron de manifiesto los efectos de Actium tanto sobre la producción como sobre la calidad de los frutos cosechados. Una vez concluido el ensayo, se pudo observar que “la producción de la tesis tratada con Actium fue un 10,16% superior a la del testigo”. Según apuntó David Pérez, “Actium contribuye a aumentar la calidad del fruto y su producción sin acortar su vida útil”.

EL PRODUCTO

Actium es un bioestimulante lipocomplejo, fuente de ácidos esenciales y vitaminas, que actúa como un potente activador de la coloración de los cultivos. Para ello, Actium tiene la propiedad de neutralizar a nivel celular los radicales negativos, reduciendo el daño producido por estos efectos sobre la fruta, mejorando el estado vegetativo de la planta, evitando la desnaturalización de proteínas y enzimas, regulando el nivel de solutos y manteniendo un nivel fotosintético y respiratorio óptimos; en definitiva, uniformiza y mejora el color de la fruta que, además, presenta un mejor calibre y turgencia.

El director técnico de Grupo Agrotecnología recordó que “hay que tener claro que su momento de aplicación es antes de que comience el viraje”, justo en el momento en el que el fruto vaya a comenzar a tomar color.

RECURSOS PARA 400 HECTÁREAS, SEGÚN FERAL

Agricultores de Níjar tendrán 800.000 metros cúbicos más de agua de riego

■ I. F. G.

Los agricultores de Níjar contarán con 800.000 metros cúbicos de agua de riego procedentes de la nueva EDAR de El Viso y que, según los cálculos de la Federación de Regantes de Almería (FERAL), permitirán el abastecimiento de más de 400 hectáreas, teniendo en cuenta que el agua depurada podrá mezclarse en distintos porcentajes con agua de po-

zos o con agua desalada, en función de las necesidades de cada zona y también de cada cultivo.

En una reunión mantenida entre la alcaldesa de Níjar, Esperanza Pérez, y los regantes a mediados de noviembre, la regidora nijareña explicó que las obras de la EDAR de El Viso comenzarán en breve y que el Consistorio prevé que, cada año, la depuradora generará unos 800.000 metros cúbicos de agua que reunirá

todos los requisitos microbiológicos y de conductividad para ser utilizada en el riego de frutas y hortalizas, e incluso ecológicas, cada vez más abundantes en la zona.

Los regantes, por su parte, mostraron su satisfacción por la noticia y recordaron a la alcaldesa de Níjar la importancia de cerrar el ciclo del agua y, además, de ajustar al máximo los precios del agua desalada.



■ Los regantes se reunieron con la alcaldesa de Níjar, Esperanza Pérez. /FHALMERÍA

EL PASADO 19 DE NOVIEMBRE

HM Clause trabaja en la mejora del sabor del melón para seguir siendo líderes

La empresa organizó una jornada en la que reunió a un centenar de profesionales para abordar los retos a los que se enfrenta el mercado

■ Isabel Fernández

HM Clause es líder mundial en semillas de melón, sin embargo, en la compañía consideran que sigue siendo mucho el trabajo por hacer y, de hecho, para mantener esa posición de privilegio, continúan trabajando en la mejora del sabor de esta fruta, si cabe, uno de los mayores hándicap con los que sigue contando. Para mostrar, precisamente, su trabajo y la situación actual del mercado de melón, HM Clause organizó el pasado 19 de noviembre una Jornada Técnica de Melón, que reunió a más de un cen-



■ La empresa destina el 18% de su facturación anual a investigación. /I. F. G.

tenar de profesionales del sector en La Envía.

Durante la jornada, Rafael Bonet, director general de HM Clause Ibérica, recordó el origen del grupo Limagrain, al que pertenece la firma, que nació como cooperativa de agricultores en Francia hace 50 años. Hoy por hoy, al frente de Limagrain

hay 2.000 productores socios y la compañía emplea a 9.000 personas en todo el mundo. Buena parte de esa plantilla, en concreto 1.800 personas, trabaja en sus distintos departamentos de I+D y es que, en general, el grupo destina el 13,5% de su facturación anual a la investigación, un porcentaje que, en el caso

de HM Clause, va incluso más allá, suponiendo el 18%.

EL SABOR

La investigación juega, precisamente, un papel fundamental en el desarrollo de nuevas variedades, entre ellas de melón. Tal es así que, sólo en el caso de Almería, HM Clause cuenta con variedades que son toda una referencia, como es el piel de sapo Valverde o los tipos galia Norte y Brisa. Sin embargo, y para seguir dando respuestas a las demandas de los productores, desde HM Clause continúan trabajando en la obtención y mejora.

Así, en los últimos años, la empresa se ha centrado en gran medida en la obtención de variedades de melón que cuenten con un gran sabor y, para ello, el primer paso ha sido saber qué entienden los consumidores por sabor. Así, durante la

jornada, M^a Ángeles Buil, genetista de HM Clause, mostró parte de los trabajos que realizan a este respecto y que dejan claro “que un mayor número de grados brix no significa un mejor sabor”.

Para ello, la empresa ha analizado la composición de los azúcares, además de los elementos que participan en la percepción del sabor, “un concepto multisensorial”; de ahí que “las mediciones no sirvan si no se relacionan con la percepción real del sabor”. Y para ello existen los paneles de catadores y de consumidores. Son, precisamente, los segundos los que sirven para determinar los gustos de forma global y ha sido el análisis de esos paneles el que ha concluido que “la cantidad de grados brix no se corresponde con que al consumidor le guste más un producto”; luego, en el caso del melón, “hay que buscar mejores parámetros que determinen la calidad del sabor”.

En la actualidad, dos de cada cinco semillas de melón que se venden en España son de HM Clause y dos de cada tres de las que se venden en Almería también son de HM Clause.

Actium »
ipotenciador del color!

grupo **agrotecnología**
www.agrotecnologia.net

residuo

PARTNER COUNTRY

Egipto, país asociado de Fruit Logística 2016, se centra en el crecimiento

El país, que ya exporta a 145 estados, ha aumentado sus ventas al exterior de productos hortofrutícolas en un 226% en diez años

■ CIA

Egipto, país asociado para Fruit Logística 2016, ha anunciado una presencia sin precedentes, con la participación de sus principales exportadores en la feria más internacional para la comercialización de productos frescos. El stand de Egipto, en el pabellón 2.1, acogerá la apertura oficial de Fruit Logística 2016 el próximo 3 de febrero de 2016.

Exportando a 145 países, Egipto muestra una proyección favorable en el futuro de las exportaciones agrícolas. Las nuevas inversiones en el sector y su compromiso de establecer especificaciones internacionales en embalaje contribuyen a dicha evolución. En los últimos 10 años, el país ha incrementado el volumen de exportación de productos agrícolas en un 226%. En 2014-2015 se exportaron productos agrícolas (excluyendo arroz), por valor de más de 2 billones de dólares y, es más, de acuerdo con el informe del Foreign Agricultural Service/USDA-Oficina Global de Análisis-, Egipto fue



■ El stand de Egipto en Fruit Logística 2016 estará ubicado en el pabellón 2. /FHALMERÍA

el mayor exportador del mundo de naranjas en esa campaña.

Su situación geográfica única, combinada con una infraestructura en expansión está llevando al país a situarse como un punto clave en logística global para empresas que buscan hacer negocios en o entre Europa, Asia y África. En este sentido, un paso importante fue el acuerdo establecido entre 26 países africanos en junio de este año para la creación de un área de libre comercio. El nuevo acuerdo de libre comercio, Tripartite, es la integración de los existentes acuer-

dos de EAC, COMESA y SADC. En 2017, cuando Tripartite entre en vigor, se facilitará la circulación de mercancías entre los estados miembros.

La seguridad y calidad alimentaria así como el abastecimiento de agua son una prioridad para las autoridades egipcias de salud para asegurar alta calidad en la producción de producto fresco, cumpliendo la normativa global fijada por organismos e instituciones de certificación internacional. La cuidadosa supervisión de granjas y exportadores sumada a su amplia ex-

periencia internacional en logística y tecnología garantizan el abastecimiento de los productos cumpliendo los plazos y en la mejor calidad.

El sector egipcio de transporte y logística juega un papel cada vez más vital en el comercio internacional. Alrededor del 90% del comercio exterior de Egipto es enviado a través de los puertos. Para que esto sea posible, la capacidad logística del país continúa creciendo en proporción al volumen de comercio. Un claro ejemplo es el crecimiento que ex-

perimenta el Canal de Suez, del que se espera doblar su capacidad de 49 a 97 barcos al día.

Egipto está totalmente comprometido a dar pasos firmes en la exportación de productos agrícolas. En el periodo 2014-2015, se exportaron 743.000 toneladas a la Unión Europea (UE) a través de 727 empresas egipcias. En total, las exportaciones del sector ascendieron a 3.532 miles de toneladas en el mismo periodo. Los principales países de destino fuera de la UE son Arabia Saudí -con un 18% del volumen total-, seguido de Rusia -con un 18%-, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait, Iraq, Libia, Líbano, Jordania e India. Con una exportación a la UE del 21% de la producción total, los principales países destino son Reino Unido, Países Bajos, Italia, Bélgica, Grecia, Alemania, Rumanía, Lituania, España y Francia.

Egipto exporta una amplia variedad de productos agrícolas; sin embargo, las naranjas ocuparon el puesto número uno en volumen de exportación en miles de toneladas, seguidas de las patatas, con 650.000 toneladas, tomates, con 109.000 toneladas, granadas, con 55.000, judías verdes, con 44.000, mandarinas, con 36.000, fresas, con 34.000, limones, con 33.000 toneladas, y cacahuetes, con 26.000 toneladas.

La industria de la agricultura y actividades relacionadas juega un papel muy importante en la economía egipcia. Con un área cultivada de alrededor de 9 millones de acres, empleando un 32% de la mano de obra, supone un 14,7% del PIB del país.

ROQUE GARCÍA, AL FRENTE DE UPA-ANDALUCÍA

Francisca Iglesias, reelegida secretaria general de UPA-Almería cuatro años más

■ R. Villegas

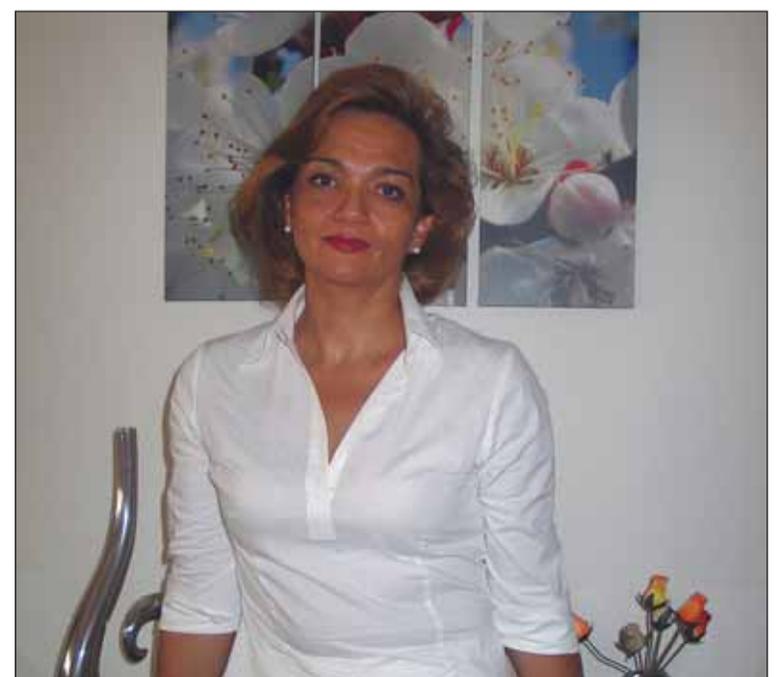
El Congreso Provincial de UPA-Almería, celebrado el 6 de noviembre, reeligió a Francisca Iglesias secretaria general de esta organización agraria en la provincia. Además, el secretario de Organización de UPA-Almería, Roque García, fue elegido presidente de la gestora de UPA-Andalucía, hasta que se celebren elecciones.

Francisca Iglesias tiene así otros cuatro años por delante al

frente de esta organización agraria en Almería, mientras que cabe recordar que el ya exsecretario general de UPA-Andalucía, Agustín Rodríguez, fue cesado, junto a toda su Directiva, por Lorenzo Ramos, secretario general de UPA nacional, por "falta de confianza"; de ahí la elección de Roque García al frente de la organización a nivel andaluz.

Iglesias, natural de Vélez Blanco (Almería), es ingeniero técnico agrícola y gerente de la

A.D.S. Mahimón, la más grande de Andalucía, que agrupa a 418 ganaderos de ovino y caprino, y promotora de una cooperativa de agricultura ecológica que agrupa a 320 productores. Militante de UPA desde 1994, inició su trabajo en la organización como técnico agrícola en la Comarca de Los Vélez. En 1996, fue elegida secretaria de Ganadería de UPA-Almería y, en el 2000, secretaria de Organización.



■ Francisca Iglesias acaba de revalidar su cargo al frente de UPA-Almería. /I. F. G.

A CAUSA DEL GRANIZO DEL PASADO ENERO

Un total de 55 titulares catastrales de fincas afectadas se beneficiarán de la subvención del IBI rústico

El Ayuntamiento de El Ejido prevé destinar una partida de 30.000 euros del presupuesto municipal a estas ayudas

■ Elena Sánchez

Con motivo de los daños que causó la tormenta de granizo del pasado mes de enero, sobre todo, en más de un centenar de hectáreas de invernadero en la zona de San Agustín y que ocasionó importantes destrozos en cultivos y estructuras agrarias, el Ayuntamiento de El Ejido ha dado a conocer que dichas hectáreas se beneficiarán de la subvención del Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI) de naturaleza rústica. De hecho, se-



■ Visita a una de las fincas venidas abajo por el granizo. /FHALMERÍA

gún el concejal de Agricultura ejidense, Manuel Gómez, “se trata de una importante medida

con la que se pretende reducir la carga fiscal de los 55 titulares catastrales de fincas afectadas”.

Y es que, el Consistorio ejidense tiene previsto destinar una partida de 30.000 euros del presupuesto municipal a estas ayudas.

SEGUROS AGRARIOS

Asimismo, con relación a este tipo de acciones, y ya que cada vez son más constantes las fuertes tormentas de lluvia y granizo en el término municipal ejidense, Manuel Gómez ha insistido en la importancia de que cada vez sean más “las explotaciones agrarias que cuenten con pólizas de seguro agrario que, en casos como éste, cubran tanto los daños en infraestructuras como en las cosechas”.

Por otro lado, desde la Administración local han dado a conocer cuáles son los requisitos

para acceder a las ayudas en el IBI, como ser los titulares catastrales de la parcela afectada y el haber sufrido los daños referidos, que se comprobarán mediante el informe técnico del área de Agricultura y Medio Ambiente, así como también será necesario estar al corriente del cumplimiento de las obligaciones fiscales ante el propio Ayuntamiento, la Agencia Tributaria y la Seguridad Social.

RESOLUCIÓN

Finalmente, una vez que se haya completado esta documentación, el Consistorio ejidense dispone de tres meses para establecer la resolución, que consistirá en la subvención del importe del IBI rústico del presente ejercicio económico.

**FRUIT 2016
LOGISTICA
BERLÍN
3|4|5 FEBRERO
WWW.FRUITLOGISTICA.ES**



in cooperation with

**FRUCHTHANDEL
MAGAZINE**

BRIFER SERVICES, S.L.
Arturo Soria, 320 · 9ºD
28033 Madrid
Tel +34 917 672 767
Fax +34 917 669 932
www.fruitlogistica.es
brifer@brifer.es

Messe Berlin

EL GAZPACHO DEJA DE SER UN ALIMENTO ESTACIONAL

Un estudio prueba la capacidad antioxidante del gazpacho Biosabor, que aumenta tras la digestión

Dados los beneficios de este alimento, desde la empresa abogan por consumirlo durante todo el año, incluido el invierno

■ Rafa Villegas

La apuesta por la salud de Biosabor les ha llevado a realizar un estudio de bioaccesibilidad, a través de un digestor dinámico in vitro, en el Centro Tecnológico AINIA de Valencia. Los resultados concluyen que la capacidad antioxidante del gazpacho Biosabor aumenta tras la digestión un 24 por ciento. Por ello, desde Biosabor tienen claro que “un alimento tan bueno no debe ceñirse solo al verano, sino que, visto que aporta tantos beneficios a la salud, hay que tomarla todo el año”. De ahí surge el nuevo producto de Biosabor, el ‘Gazpacho de invierno’.

La base del mismo es su gazpacho producido con tomates ecológicos de producción propia, contando además con los ingredientes principales que ofrece la temporada y que suponen un enriquecimiento nutricional y no sintético, brindando al consumidor, como aseguran desde la empresa, “un alimento completo, sano y conveniente”. Entre las características principales del ‘Gaz-



■ Biosabor lanza su ‘Gazpacho de invierno’. /FHALMERÍA

pacho de invierno’ de Biosabor destaca que es rápido de consumir, bajo en azúcares y grasas saturadas, está enriquecido con alimentos de temporada que aumentan su valor nutricional, como el calabacín, la calabaza, el brócoli y la zanahoria, y que está elaborado con aceite de oliva ecológico que, junto con el triturado y pequeño tratamiento térmico, aumentan la capacidad antioxidante dentro del organismo. Desde Biosabor también destacan que los alimentos de temporada ayudan a cubrir las necesidades nutricionales de cada estación, que este producto cuenta con todo el

sabor del verano, con todo el calor del invierno y es cien por cien ecológico, sano, natural y sin conservantes ni colorantes. Biosabor, por lo tanto, sigue con la tendencia de apostar por la salud y añadir valor.

Cabe recordar que ya fueron pioneros en ofrecer un gazpacho bajo en sodio, el ‘Gazpacho Biosabor Low Sodium’, para consumidores con problemas de hipertensión. También lanzaron el zumo de tomate con granada, un alimento funcional por excelencia recomendado para la prevención de numerosas enfermedades.

ALMERÍA EXPORTÓ CASI 2,5 MILLONES DE TONELADAS

Las exportaciones crecieron un 7,4% en valor la pasada campaña

■ I. F. G.

Almería exportó más de 2,45 millones de toneladas de frutas y hortalizas durante la pasada campaña, la 2014/2015, que, una vez comercializadas, alcanzaron un valor final de 2.204 millones de euros, según los datos hechos públicos por la consejera andaluza de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Carmen Ortiz, durante la pasada edición de Fruit Attraction.

De este modo, en volumen, las exportaciones locales crecieron un 6,4% con respecto a un año antes, mientras que, en valor, el crecimiento fue del 7,4%.

De nuevo, las hortalizas suponen la mayor parte de las ventas al exterior de la provincia y, de hecho, entre septiembre de 2014 y agosto de 2015, sus exportaciones sumaron algo más de 2 millones de toneladas, un 2,7% más que un año antes, valoradas en 1.867,4 mi-

llones de euros, un 2,8% más. En el caso de las frutas, sus exportaciones alcanzaron las 448.278 toneladas (+27%) y los 336,6 millones de euros (+42,5%).

En general, las exportaciones hortofrutícolas andaluzas alcanzaron los 4.258 millones de euros durante la pasada campaña agrícola, un 12,3% más que un año antes y una cifra que marca un “nuevo récord”, según la consejera andaluza.

PROCEDENTES DE MURCIA Y ALMERÍA

Sipcam Iberia reúne a técnicos y productores para profundizar en el uso de Align y Elio

■ CIA

Sipcam Iberia reunió el pasado 9 de octubre a un nutrido grupo de productores, colaboradores y técnicos de las provincias de Almería, Murcia y Alicante, en una charla en la que responsables de la empresa mostraron el posicionamiento técnico de dos de sus productos: Align y Elio.

Tras la introducción de la jornada, que corrió a cargo de Ginés Casanova, delegado comercial de Sipcam Iberia en Almería y coordinador de área en el Levante y Canarias, Celestino Gil, Crop Manager de Cultivos Hortícolas de la empresa, expuso el posicionamiento técnico de Align en tomate aplicado en semillero antes de realizar las sueltas de Nesidiocoris tenuis, el depredador natural más utilizado en este cultivo. Gil

explicó también cómo optimizar la eficacia de este insecticida de origen vegetal dependiendo del momento de aplicación.

Posteriormente, fue Marta Ruiz, responsable de Transferencia Tecnológica de Sipcam Iberia, quien presentó el posicionamiento técnico de Elio, así como la compatibilidad de la mezcla Elio + Sufrexit (fungicida-acaricida de contacto) con las sueltas de Amblyseius swirskii en pimiento. Elio es un novedoso fungicida perteneciente a una nueva familia química que ha demostrado una excelente eficacia para el control de oídio en solanáceas y cucurbitáceas.

Tras sendas presentaciones, Sipcam Iberia realizó un sorteo de varios lotes de productos nutricionales entre los asistentes y que incluían Sipfol Max, Liqui K Express y Blackjak.



■ La jornada congregó a un nutrido número de profesionales. /FHALMERÍA

SELLO DE CALIDAD

El Ejido Gourmet Quality ‘conquista’ Madrid

■ I. F. G.

Fruit Attraction fue el marco elegido por el Ayuntamiento ejidense para dar el pistoletazo de salida a su campaña El Ejido Gourmet Quality, cuyo objetivo es, según afirmó el regidor ejidense, Francisco Góngora, “dar más valor a lo que producimos a través de lo mejor que tenemos, nuestras frutas y hortalizas, que gozan de un reconocido prestigio

internacional”. Esta puesta de largo de la campaña en la feria madrileña logró, además, una “buena acogida”, según apuntaron desde el Consistorio y, de hecho, fueron varios los medios nacionales que se hicieron eco de este novedoso sello de calidad acuñado por el Ayuntamiento ejidense. Tras su lanzamiento, la intención es que esta imagen pueda proyectarse, a diario, en los mercados internacionales.

SIPFOL MAX

Sipfolmax®



SIPFOL MAX®

SIEMPRE SALDRÁS GANANDO



La alta concentración de Aminoácidos y Péptidos de cadena corta, junto con el Magnesio y los micronutrientes hace que tu cosecha obtenga:

- max nutrición
- max estimulación
- max resistencia
- max producción

sipcamiberia.es



GRUPO AGROTECNOLOGÍA

Brotone® contribuye al aumento de la productividad de los tomates tipo Raf

Un ensayo realizado en el Campo de Níjar durante la pasada campaña agrícola arrojó un incremento de la producción del 23%

■ Isabel Fernández

El bioestimulante Brotone®, de Grupo Agrotecnología, contribuye a aumentar la productividad del tomate Raf y, con ella, su rentabilidad. Estos son algunos de los resultados extraídos del ensayo realizado por Grupo Agrotecnología en la campaña 2014/2015 en el Campo de Níjar, con el que la empresa quiso evaluar la eficacia de Brotone® en la producción, precisamente, de un cultivo de tomate tipo Marmande -en este caso el Raf- frente al estrés por bajas temperaturas y salinidad. Para ello, la empresa contó con una superficie de 2.000 metros cuadrados en un invernadero de plástico tipo multicapilla y en el que el cultivo se realizó en un suelo enarenado. Esos 2.000 metros se dividieron en dos, la tesis y el testigo.

El trasplante se realizó el 15 de septiembre de 2014 y el ensayo se prolongó hasta el 24 de marzo de 2015. En todo este tiempo, se realizaron 9 aplicaciones de Brotone® con una cadencia de 10-12 días, la primera de ellas el 16 de diciembre, justo antes de realizar los primeros cortes, mientras que la úl-



■ Detalle de la planta en el momento óptimo de aplicación. /FHALMERÍA

tima tuvo lugar el 24 de marzo, cuando las temperaturas ya comenzaban a subir y los días a alargarse. Durante todo el tiempo del ensayo, y en cada corte, la producción de la tesis, es decir, la superficie tratada con Brotone®, siempre fue superior a la del testigo, llegando, incluso, a producir más de un 40% más. Al final del ensayo, y según los datos facilitados por Grupo Agrotecnología, en la parte tratada con Brotone® se recolectaron 1.520 kilos más que

en la parte no tratada, casi un 23% más de producción.

Teniendo en cuenta estos datos, en Grupo Agrotecnología quisieron ir más allá y decidieron realizar un estudio de la rentabilidad económica fruto de la aplicación de Brotone® en un cultivo frente a la no aplicación. Para ello, además de la mayor producción obtenida y demostrada en el citado ensayo, tuvieron en cuenta los datos facilitados por productores de tomate Raf, que cifraron en 0,90

euros, de media, el precio alcanzado por este tomate durante la pasada campaña. Extrapolando todas estas cifras a invernadero de una hectárea, desde Grupo Agrotecnología concluyeron que el uso de Brotone® podría suponer un incremento de las ganancias superior a los 6.000 euros.

BROTONE®

Brotone® es un bioestimulante que se caracteriza por su capacidad de incrementar el nivel de fitoalexinas y fenoles, compuestos naturalmente presentes en las plantas. Su aplicación previene carencias nutricionales, proporcionando una resistencia vegetal frente a estrés en cultivos de hortalizas y frutales. Posee una fácil asimilación por las hojas, ramas y raíces de la planta y su acción nutricional aumenta la precocidad, calidad y producción de las cosechas.

En el caso del cultivo de tomate Raf, la alta conductividad eléctrica que se aplica a su manejo provoca un importante estrés en la planta, mermando su producción. Sin embargo, la aplicación de Brotone® consigue disminuir el estrés de la planta, así como los efectos negativos asociados a las condiciones climáticas durante su ciclo de cultivo, que coincide, en gran medida, con los meses más fríos del año y, por tanto, las fechas en las que este producto alcanza mejores precios.

NOVEDAD

Disper Osmotic GS ayuda a reducir los daños por estrés salino

■ CIA

La marca alicantina Disper, especialista en bioestimulantes y nutrición vegetal, acaba de poner en el mercado un nuevo producto que resolverá los problemas del cultivo asociados al estrés salino. El producto Disper Osmotic GS tiene una composición de última generación por su alto contenido en componentes osmoreguladores, es de alta concentración y está formulado con tecnología WSG - FB. Todas características indiscutibles de la gama Disper.

Tras la aplicación de Disper Osmotic GS en tomate cultivado en condiciones extremas de salinidad, se demostró que la planta experimenta una disminución significativa en los daños ocasionados por estrés salino, mejorando su crecimiento. Se incrementó el desarrollo vegetativo y mejoró el equilibrio nutricional en la hoja, obteniendo mayor tamaño de frutos.

Este producto se une a la ya exitosa familia Disper y espera ayudar a los agricultores a mitigar los problemas de estrés salino, que en el mundo afectan a 400 millones de hectáreas.

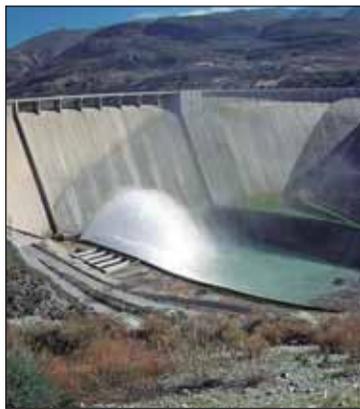
BUSCANDO SOLUCIONES

El sector coincide en la necesidad de traer agua de Rules para acabar con el déficit del Poniente

■ I. F. G.

Todas las partes implicadas en el sector hortofrutícola provincial han coincidido en los últimos días en señalar la necesidad, y la viabilidad, de traer a la Comarca de Poniente el excedente de agua con el que cuenta la granadina presa de Rules y que se vierte al mar. En este sentido, la Federación de Regantes de Almería (FERAL) y COAG en la

provincia mantuvieron recientemente un encuentro en el que los regantes expusieron a la organización agraria las primeras conclusiones de un estudio que confirman la viabilidad de la conexión de Rules con el canal Benínar-Aguadulce, lo que permitiría distribuir el agua procedente de Granada por toda la provincia a través de la denominada 'Autovía del agua'. Para ello, ambas organizaciones acordaron re-



■ Presa de Rules. /FHALMERÍA

clamar a las administraciones competentes la urgente finalización de los tramos pendientes de construcción de la 'Autovía del agua' para hacer posible así la interconexión de los embalses de Benínar y Cuevas del Almanzora, que se convertirían, de este modo, en puntos estratégicos para el almacenamiento y distribución de los caudales procedentes de Rules, por el sur, y del Negratín, por el norte.

Por su parte, el presidente de HORTYFRUTA, Francisco Góngora, también mostró su preocupación por la falta de agua en el Poniente y, al igual que los regantes, insistió en la posibilidad real que supone traer agua de Rules. "Nuestra agricultura necesita contar con recursos suficientes", afirmó.

Por último, la parlamentaria andaluza del PP, Carmen Crespo, instó recientemente a la Junta a sumarse al Protocolo que el Estado va a firmar con los regantes de Rules porque, si no lo hace, "se estaría perjudicando gravemente a la provincia, que no recibiría los posibles excedentes de agua de Granada".

Especial Melón, sandía y pepino



La primavera desde diciembre



PEPINO
BELCHITE F1

RAMIRO ARNEDO
semillas

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

Tel. 950 587 991 • www.ramiroarnedo.com

La campaña de melón y sandía se prevé más temprana que ejercicios anteriores

Para finales de diciembre y primeros de enero se espera que estén sembradas las sandías más 'madrugadoras', como la negra con semillas

■ Elena Sánchez

Los meses de noviembre y diciembre están dedicados, dentro del sector, a ultimar la campaña de melón y sandía de primavera, un ejercicio agrícola que se prevé que llegue algo más temprano en comparación con otros años anteriores. De hecho, según comenta Andrés Góngora, secretario provincial de COAG-Almería, "parece ser que va a haber mucha más sandía temprana que otras campañas, ya que aquellos agricultores que han tenido problemas de virosis durante el otoño prefieren arrancar antes y comenzar con



■ La sandía negra con semillas es la más temprana.



■ El melón Cantaloup apenas tiene presencia ya en Almería.

un nuevo cultivo. Por ello, es probable que, incluso, a finales de diciembre ya se empiecen a ver las primeras sandías sembradas en los invernaderos".

Sin embargo, el hecho de que este año se espere algo más de superficie de sandía temprana "no

quiere decir que la producción también vaya a ser mayor, ya que este cultivo es muy susceptible a la climatología, por lo que habrá que esperar a los próximos meses para ver qué pasa finalmente", indica Góngora. El tipo de sandía más temprana suele ser la negra con

semillas, "de hecho, en los semilleros ya están trabajando bastante con esta fruta".

MELÓN

Sin embargo, el caso del melón es distinto, ya que aún no se tienen suficientes conocimientos

de por dónde va a ir la campaña, ya que depende mucho de los agricultores de pimiento. De hecho, al respecto se refiere José Ruiz, responsable de melón piel de sapo de Agroponiente, quien comenta que, "aunque todavía es muy pronto para decir nada, ya que apenas se sabe por dónde van a ir los tiros, parece ser que el melón se va a adelantar un poco debido a que los pimenteros se van a quedar antes sin producto, por lo que puede ser que comiencen con el melón algunas semanas antes de lo normal".

Por otro lado, hay un factor a tener en cuenta y es que, para Andrés Góngora, secretario provincial de COAG-Almería, "el melón está pasando por una mala racha en la provincia de Almería, ya que el agricultor no apuesta mucho por esta fruta. El Cantaloup se pone cada vez menos porque su principal mercado es el francés y, allí, prefieren el melón de Marruecos, mientras que el melón gordo tiene cada vez peor precio, por lo que se hace difícil decidir si poner melón o no".

OPCIÓN MÁS QUE INTERESANTE

El pepino de primavera, una alternativa de cultivo que cobra peso campaña tras campaña

Algunos productores están optando por climatizar sus fincas para, así, poder trasplantar esta hortaliza en pleno invierno

■ I. Fernández

Cultivar pepino tipo Almería en pleno invierno para que pueda ser recolectado en primavera, justo cuando lo son melón y sandía, es una alternativa que, poco a poco, va ganando adeptos y que, incluso, según afirmó Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, podría resultar "interesante".

El mayor hándicap con el que se encuentra el pepino habitualmente son sus problemas de adaptación al frío cuando se trasplanta fuera de sus fechas habituales; de ahí que, "como mucho, los trasplantes se realicen, a más tardar, a primeros de noviembre



■ Cultivo de pepino tipo Almería en el interior de un invernadero.

y, luego, desde mitad de febrero en adelante", explicó Góngora. Sin embargo, comentó que "hay gente que está comenzando a climatizar las fincas para, precisamente, irse a esas fechas, a la pri-

mavera propiamente dicha", ya que, "sin calefacción, el cultivo en pleno invierno sería imposible". Es más, de momento, y en fincas sin climatizar, sólo puede hacerse en lugares muy pun-

tuales, como por ejemplo en la franja costera de El Ejido.

Preguntado por la idoneidad o no de estas plantaciones, Góngora afirmó que, bajo su punto de vista, "son una buena opción

y, de hecho, yo diría que resulta interesante". En este sentido, explicó que "Holanda no puede comenzar a producir pepino antes de finales de abril o principios de mayo", luego, "pensando en el mercado, podría haber un hueco interesante y, probablemente, con buen precio". En cualquier caso, el secretario provincial de COAG Almería quiso ser cauto y añadió que, en esto, como en todo, "siempre hay que tener en cuenta la climatología". Y es que, si bien es cierto que en febrero en la provincia las temperaturas no son especialmente bajas, también lo es que Almería no está exenta de que pueda haber una bajada brusca del mercurio.

Aún así, Góngora insistió en que "el cultivo de pepino tipo Almería en estas fechas es complejo, pero al que logra sacarlo adelante le suele ir bastante bien".

SUMA Y SIGUE

El Plantel aumenta un 20% las entregas de pepino y tomate y trabaja ya con la sandía

■ Rafa Villegas

Semilleros El Plantel continúa con su senda de crecimiento, todo fruto de la calidad de sus productos y el buen servicio que ofrecen siempre a sus agricultores, y celebra el incremento que han registrado de las entregas de pepino, tanto sin injertar como injertado, y tomate. En concreto, desde la empresa cifran el aumento en un 20 por ciento y resaltan el “grado alto de satisfacción de los clientes”.

Más allá de la campaña de pepino y tomate, que para el semillero ya ha tocado a su fin, El Plantel se encuentra, desde el mes pasado, preparando sus instalaciones para la nueva campaña. Ello prevé, por ejemplo, la desinfección integral de todos sus centros.

Del mismo modo, también de cara a la nueva campaña, El Plantel Semilleros ha llevado a cabo la ampliación de la zona de prendimiento en San Isidro para poder atender las peticiones de todos sus clientes con el mayor desahogo posible y, no menos importante, realizar las entregas en las condiciones y fechas idóneas.

Desde El Plantel Semilleros han querido destacar la función de la

Tras tres campañas de aumento de pedidos en el centro del país, los responsables del semillero se han animado y van a poner en marcha sus primeras instalaciones fuera de Almería, concretamente en Llanos del Caudillo, en Ciudad Real



■ Injerto de sandía de El Plantel Semilleros. /FHALMERIA



■ Injerto de melón de El Plantel Semilleros. /FHALMERIA

luz ultravioleta que tienen instalada en las zonas de prendimiento. Y es que, como ya explicó FHALMERIA, permite controlar el desarrollo de enfermedades y patógenos en la planta, mejorar la calidad y la producción de la misma.

CAMPAÑA DE SANDÍA

Respecto a la campaña de sandía, El Plantel prevé que, en el caso del Poniente almeriense, “las posturas

sean más tardías, debido a la presencia de cultivos de calabacín, que están manteniendo los precios”.

En cuanto al Levante de la provincia, desde El Plantel han asegurado que “se mantiene la tendencia de trasplantar en diciembre y enero, con un leve aumento, y con respecto a febrero y marzo, las previsiones dependerán también del cultivo de calabacín y su precio”.

En el caso de Castilla-La Mancha, desde El Plantel ratifican que “la tendencia es a aumentar el injerto de sandía, en detrimento del cultivo de melón”.

Respecto a la zona de Sevilla, El Plantel prevé que ahí se mantenga la superficie de sandía respecto a años anteriores, con pequeñas variaciones en pequeñas superficies.

Finalmente, en cuanto al injerto de sandía, han apreciado un

cambio en la dinámica de pedidos que afecta sustancialmente a la sandía polinizadora, decantándose, casi en un 90 por ciento, por las microsemillas, en detrimento de la sandía negra.

CAMPAÑA DE MELÓN

Desde El Plantel prevén un descenso del número de hectáreas de melón, sobre todo en La Mancha.



El Plantel
SEMILLEROS

EL INJERTO NÚMERO
UNO

¡Plantelízate!

BALANCE 2014/2015

El melón experimentó un incremento en superficie, producción y precio respecto a la campaña anterior

Esta fruta cerró el pasado ejercicio con un valor medio de 0,42 euros el kilo, siendo el Cantaloup el tipo que mejor cotización tuvo

■ Elena Sánchez

La campaña 2014/2015 de melón ha registrado mejores cifras en comparación con el ejercicio anterior. De hecho, esta fruta experimentó un incremento en superficie del 16%, en producción, del 15%, y en precio con respecto al año precedente, ya que cerró el periodo con un valor medio de 0,42 euros el kilo, según la Valoración de la Campaña 2014/2015 de Hortícolas Protegidos de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía y que ha sido publicado en el Observatorio de Precios y Mercados.

El melón Cantaloup ha sido el tipo mejor valorado en esta campaña, registrando precios medios de 0,53 euros el kilo, seguido del piel de sapo (0,42 euros el kilo), amarillo (0,41 euros) y galia, tipo destinado principalmente a la exportación, que ha registrado un valor menor, 0,38 euros el kilo.

En el caso del Cantaloup, la Valoración de la Campaña 2014/2015 de Hortícolas Protegidos de la Consejería de Agricultura establece que, en esta ocasión, ha superado en más de 20 céntimos la cotización media del ejercicio 2013/2014. De hecho, el principal motivo ha sido el significativo descenso de la superficie de este tipo de melón, que ha beneficiado su valor.

El melón galia ha sido el caso opuesto, ya que no ha experimentando un incremento del precio con respecto a la campaña anterior. Según la Consejería, la competencia con el galia marroquí y el aumento de la producción comercializada respecto al año pasado han sido algunos de los factores que han impedido la subida de sus cotizaciones.



■ La superficie de melón se ha incrementado un 16% en comparación con el ejercicio 2013/2014. /FHALMERÍA



■ El Cantaloup ha contado con un precio medio de 0,53 euros el kilo. /FHALMERÍA



■ El galia ha sido el tipo menos cotizado en la campaña 2014/2015. /FHALMERÍA

La campaña comenzó en el mes de abril con volúmenes reducidos, ya que el retraso de la fecha de trasplante, debido a la prolongación de los cultivos de otoño, y los fuertes vientos de Levante que afectaron a los cuajes más tempranos redujeron la producción comercializa-

da entre un 10 y un 20 por ciento en comparación con el ejercicio anterior. Un aspecto que se mantuvo durante el mes de mayo, ya que el tiempo no ayudó a los cuajes de las plantaciones tardías, lo que permitió que el precio subiera hasta los 0,50 euros el kilo, 7 cénti-

mos más que el año precedente. La primera quincena de junio fue algo mejor, aunque el final de mes, con la entrada de la producción murciana, provocó una nueva caída de los precios medios del melón.

En resumen, la campaña de melón se ha caracterizado por

la disparidad de los calibres recolectados y por la escasez de kilos para satisfacer la demanda en momentos puntuales de la campaña, lo que benefició la cotización media del producto, que logró el mejor precio medio de las últimas ocho campañas.

LA MEJOR SOLUCIÓN PARA EL CULTIVO DE PEPINO

Blueleaf, sobresaliente en una campaña marcada por la incidencia de la mosca blanca

Variedades como Pradera RZ, Litoral RZ o Valle RZ han permitido al agricultor desarrollar el cultivo sin problemas y obtener producciones óptimas

■ Elena Sánchez

Rijk Zwaan siempre se ha caracterizado por la búsqueda de la mejor solución hortofrutícola, con el fin de ofrecer al agricultor el producto más adecuado para cada uno de los ciclos y que se adapten a cualquier adversidad que pueda darse a lo largo del ejercicio. De hecho, este año, la compleja campaña de otoño, marcada por el alto nivel de mosca blanca, ha conllevado a la transmisión de virus agresivos como el amarilleo (CYSDV) o el Nueva Delhi



■ Estas variedades destacan por ofrecer calibres óptimos durante todo el ciclo.

(ToLCNDV). Las variedades de pepino Blueleaf de Rijk Zwaan han demostrado ser la mejor solución al respecto en los meses de agosto, septiembre y octubre, cuando mayor ha sido la incidencia, con

variedades como Pradera RZ, Litoral RZ, Valle RZ, etc., lo que ha permitido que el agricultor pueda desarrollar el cultivo sin problemas y obteniendo producciones óptimas.

PEPINO PRIMAVERA: PRADERA RZ

La variedad de pepino Blueleaf Pradera RZ, año tras año, ha ido tomando posición de liderazgo por ser una variedad “rápida, sin abortos, con calibres óptimos durante todo el ciclo, así como aportando las mayores resistencias”, indica José Luis Ruipérez, responsable de pepino y pimiento de Rijk Zwaan.

De hecho, los grandes resultados que ofrece esta variedad de pepino han hecho que Pradera RZ sea la opción número uno para el agricultor en siembras de primavera-verano (enero-julio).

NOVEDADES BLUELEAF

De cara a las producciones de invierno (enero-febrero), Rijk Zwaan va a presentar sus nuevas variedades Blueleaf, que van a “aportar

mejores resistencias, así como mayor producción en los meses de más frío y menos luz del año”, asegura Ruipérez. Además, otra de las ventajas de estos nuevos materiales es que van a estar presentes en todo el área de producción de pepino, tanto en la provincia de Granada como en la de Almería.

Finalmente, y no menos importante, cabe destacar que este año, las variedades de Rijk Zwaan han dado solución “al problema del oídio en cualquiera de las fechas de siembra, lo que aporta un mayor valor añadido al material, así como mayor confianza por parte del agricultor a la hora de apostar por nuestra amplia variedad de pepino”, concluye José Luis Ruipérez, responsable de pepino y pimiento de la casa de semillas Rijk Zwaan.

Mesura RZ  

El temprano con más sabor

Portoalto RZ
Sabor y tradición del Branco

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



EN COMPARACIÓN CON AÑOS ANTERIORES

Récord de cotización para la sandía en la campaña 2014/2015 al alcanzar una media de 0,40 euros/kilo

El descenso de producción de plantaciones tempranas y medias y el incremento de la demanda, principales factores que elevaron los precios

■ Elena Sánchez

La sandía ha registrado la mejor cotización desde la campaña 2006/2007, según la Valoración de la Campaña 2014/2015 de Hortícolas Protegidos de la Consejería de Agricultura y cuyo informe se ha dado a conocer a través del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. De hecho, el 58% de la producción comercializada en este ejercicio ha obtenido un precio mayor al valor medio de campaña (0,40 euros el kilo). En este sentido, dos han sido los principales factores que han provocado esta situación: el descenso de la productividad de las plantaciones tempranas y medias a causa de las altas temperaturas y el incremento de la demanda en la primavera más cálida de las tres últimas campañas. En este sentido, la sandía negra sin semillas ha sido la mejor valorada, puesto que ha registrado precios de 0,42 euros el kilo, seguida de la negra con semillas, a 0,41 euros, y la sandía rayada, que se convierte en el tipo con peor cotización, ya que no ha pasado de los 0,40 euros el kilo de media. De hecho, la demanda de sandía con semillas se ha visto favorecida por la escasez, en momentos puntuales del ejercicio, de otros tipos de sandía.

EVOLUCIÓN

Durante el mes de mayo y la primera semana de junio, las cotizaciones de sandía se mantuvieron bastante favorables gracias al incremento de las temperaturas en las principales capitales europeas, lo que incrementaba la demanda en el mercado nacional y de exportación. Sin embargo, a partir de mediados de junio, el considerable aumento del número de kilos



■ La superficie de sandía registrada en la campaña 2014/2015 aumentó un 20% en comparación con el ejercicio anterior.

conllevó un descenso en la cotización de la sandía al no responder la demanda. A partir de ahí todo fue empeorando, ya que al tramo final de la campaña almeriense se unió el inicio de la campaña en Murcia y otras zonas de Andalucía, así como las producciones de Italia y Grecia, lo que desembocó en una nueva bajada del precio de esta fruta.

SUPERFICIE

En cuanto a la superficie registrada de sandía en el ejercicio 2014/2015, las cifras ofrecidas por la Consejería de Agricultura demuestran un incremento del 20% con respecto al año anterior. De hecho, los tipos de sandía negra sin semillas y blanca o rayada sin semillas, junto a la sandía mini son las que han notado una mayor subida, mientras que la negra con semillas ha vuelto a reducir el número de hectáreas cultivadas.

Asimismo, cabe destacar el retraso en el inicio de la campaña al optar gran parte de los productores por trasplantes tardíos, así como también debido a la climatología poco propicia para el cuaja de los frutos tempranos, lo que dio lugar a una menor coincidencia con las producciones de Ultramar, así como también desembocó en

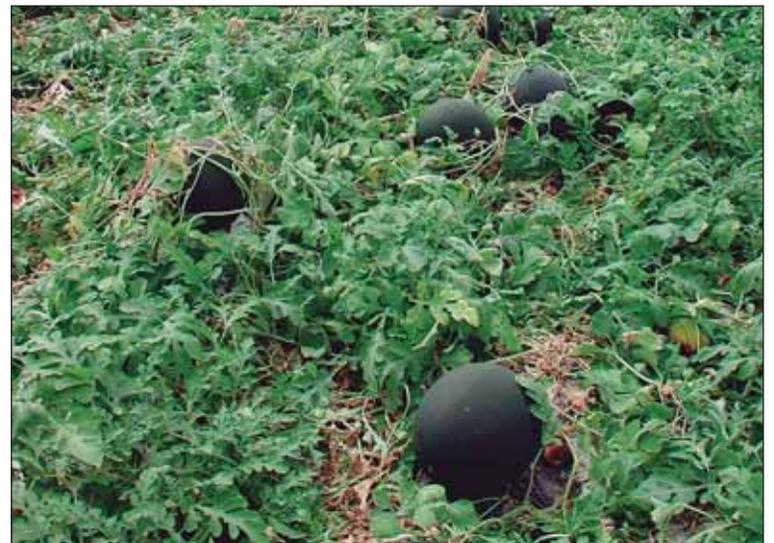


■ La sandía negra es la más valorada por el mercado.

precios elevados al inicio del ejercicio.

CONCLUSIÓN

En definitiva y como conclusión, desde la Valoración de la Campaña 2014/2015 de Hortícolas Protegidos de la Consejería de Agricultura se explica que a lo largo de estos meses se ha desarrollado una producción escalonada de sandía, no obstante, la etapa de mayor producción en Almería coincidió con unas temperaturas excepcionalmente cálidas, tanto en Europa como en la Península, que incentivó el consumo y favoreció los valores del producto.



■ Los meses de mayo y junio fueron los que registraron mejores precios para esta fruta.

ZERAİM IBÉRICA

Las sandías Motril y Morena y el melón Party destacan por su sabor y uniformidad de calibres

La calidad de sus variedades ha permitido a la empresa responder a las demandas de un mercado con mayores exigencias cada día

■ CIA

En Zeraim acaban de iniciar la campaña de sandía y, un año más, la empresa apuesta por su variedad Motril, una sandía triploide de rayada sin semilla y con gran adaptabilidad a todos los ciclos de cultivo y áreas. Según explican desde Zeraim, el gran éxito de Motril se debe a su planta de vigor medio, su facilidad de cuaje, precocidad, intenso color rojo en la

pulpa y un alto contenido en azúcares.

Con Motril, Zeraim da respuesta a las demandas actuales del mercado de sandía, cada día más exigente en calidad interna, calibres, uniformidad y sabor. Además, llaman la atención sobre el crecimiento del consumo de sandía de los últimos años, debido a la preferencia del consumidor por un producto que garantiza la calidad.

Junto a Motril, en sandía negra ofrecen una variedad de sabor y calidad, desde Zeraim siguen apostando por Morena, una sandía muy apreciada por su calidad interna, su pulpa crujiente y su alto nivel de azúcar. Morena destaca, además,

por su uniformidad tanto en calibres como en forma.

MELÓN

En cultivo de melón, desde Zeraim vuelven a apostar por Party, un melón amarillo especialmente indicado para cultivos al aire libre tanto en Murcia como en Castilla-La Mancha. Con Party, afirman desde la empresa, el agricultor tiene una buena planta, con resistencia a oídio (Px: 1, Px: 2, 3, 3.5, 5 y Gc: 1) y a pulgón (Ag). El fruto de Party es de forma helicoidal, un poco rugoso, muy uniforme en calibre y buenos niveles de grados Brix. Party es, asimismo, una variedad de interés por su alto nivel de producción comercial.



■ Morena es muy apreciada por su calidad interna. /FHALMERÍA



■ Party tiene un alto nivel de producción comercial. /FHALMERÍA


ZERAİM IBÉRICA
The Seed Company

www.zeraimiberica.com

Sandía
Morena

**Uniformidad
con sabor**



VOCACIÓN DE SERVICIO AL AGRICULTOR

Campoejido trabaja con más de 4,5 millones de plantas de melón y sandía cada campaña

■ Isabel Fernández

En Semillero Campoejido trabajan anualmente con más de 4,5 millones de plántulas de melón y sandía. Así lo afirmó su perito, José Manuel Rodríguez, quien concretó que, de hecho, “hacemos unas 800.000 plantas de sandía y en torno a 4.000.000 de plantas de melón, dependiendo del año”. Tanto unas como otras se destinan a invernaderos en la Comarca de Poniente.

De momento, en este semillero acaban, prácticamente, de comenzar con la campaña de sandía y, de hecho, ya están haciendo los primeros injertos. “Ahora mismo estamos haciendo injerto de aproximación, fundamentalmente, si bien estamos comenzando a hacer pruebas de injerto de púa”, explicó Rodríguez, quien añadió que el hacer uno u otro tipo de injerto depende, sobre todo, de “la demanda”. “Todo lo que hacemos va sobre pedido”, afirmó, luego, al final, es el propio agricultor quien decide qué tipo de injerto quiere para su cultivo.

En cualquier caso, y sea cual sea el injerto elegido, en Semillero Campoejido garantizan su éxito y, cómo no, la calidad de la planta. En este sentido, José Manuel Rodríguez señaló que, “generalmente, en el caso de la sandía, se echa en torno a un 25%

En el semillero de la cooperativa ya han comenzado a realizar los primeros injertos de sandía, tanto de aproximación como injertos de púa, si bien apuntan que no será hasta mediados del mes de diciembre cuando alcancen su mayor pico de producción



■ José Manuel Rodríguez, perito del semillero, muestra sandía injertada. /I. F. G.



■ Están comenzando a trabajar con injerto de púa en sandía. /I. F. G.

más de planta para obtener la cantidad de injerto pedida por los agricultores”. Esto, ni mucho menos, significa que ese 25% de plantas se pierda a causa de una mala germinación o de un fallo en el propio injerto, sino que, “si queremos que todo salga bien, debe sobrar planta y, obviamente, ese injerto que sobra también se pone a la venta”.

Más allá de estos posibles problemas, el perito del Semillero Campoejido comentó que, teniendo en cuenta la época del año

en la que se trabaja con melón y sandía, “lo que tenemos que vigilar, mayoritariamente, son los problemas de hongos”; sin embargo, reconoció que el hecho de contar con unas instalaciones tan modernas “facilita el trabajo”. Y es que, sobre todo, “tenemos una mejor calefacción y, además, una mejor ventilación”.

El perito del Semillero Campoejido apuntó, por otro lado, que si bien es cierto que la planificación es fundamental para sacar adelante un buen trabajo,

también lo es que “los cultivos de primavera son más complicados” y, de hecho, “hay quien los prevé con tiempo, pero también hay quien te pide la planta de un día para otro”. En este último caso, todo va a depender del volumen de trabajo y, fundamentalmente, del espacio que quede en el semillero en el momento del pedido. Aún así, “siempre tratamos de responder a las demandas de nuestros agricultores”, afirmó Rodríguez.

Melón y sandía suponen el grueso de la producción de Semillero Campoejido de cara a la campaña de primavera, pero ni mucho menos son los únicos cultivos con los que trabajan para estas fechas. “A partir de mediados de enero ponemos pepino para primavera, pero también trabajamos con otros cultivos, como pueden ser calabacín, tomate, e incluso pimiento para primavera”. En todos los casos, Semillero Campoejido garantiza una excelente calidad de las plantas.

POR CUARTA CAMPAÑA CONSECUTIVA

La sandía volvió a aumentar su número de hectáreas en el último ejercicio

■ I. F. G.

La superficie cultivada de sandía en la provincia volvió a crecer en el último ejercicio agrícola cerrado, el 2014/2015 y, de hecho, los productores almerienses destinaron a su cultivo un total de 8.378 hectáreas, según los datos de la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural recogidos por el Anuario Agrícola fhalmería. De este modo, ya son cuatro las campa-

ñas consecutivas en las que esta fruta de verano ha visto crecer su número de hectáreas, desde las 4.916 de la campaña 2010/2011 hasta las 8.378 de hace un año, pasando por las 5.665 del ejercicio agrícola 2011/2012, las 6.400 del 2012/2013 y, finalmente, las 7.100 del 2013/2014.

Entre las causas de este incremento progresivo del número de hectáreas se encuentra el también progresivo aumento de sus precios medios, si bien las cotizaci-

nes de la sandía continúan sin ser, ni mucho menos, las mejores. Así, en el ejercicio agrícola 2010/2011, la sandía se vendió, de media, según los datos de la Administración andaluza, a 0,332 euros el kilo; de ahí que el año siguiente creciera su superficie. Entonces, el precio medio bajó (0,301 euros en 2011/2012), sin embargo, un año más tarde, volvió a aumentar. En la última campaña cerrada, la sandía se vendió, de media, a 0,291 euros el kilo.



■ La superficie cultivada superó las 8.300 hectáreas la pasada campaña. /I. F. G.



FERTINAGRO
NUTRIGENIA



Catálogo flash de agronutrientes

FISIOACTIVADORES

AMINOATOS

MICROELEMENTOS COMPLEJADOS

ACTIVADORES DE LA RIZOSFERA

FOLIARES

NPK's SOLUBLES

AMINOSOLUCIONES

ACTIVADORES QUÍMICOS

Fisioactivadores							
Nombre del producto	Composición	Ap. Riego Ha.	Ap. Foliar Hl.	Observaciones			
AMINOVIT VIGORION	LS	15-20 L	200-300 CC				
AMINOVIT TERRABION PLUS	LS	15-20 L	300-400 CC				
AMINOVIT RIZOBION	LS	15-20 L	-				

Aminoatos							
Nombre del producto	Composición	Ap. Riego Ha.	Ap. Foliar Hl.	Observaciones			
CHELAMIN BOROMOL	LS	3-6 L	150-250 CC				
CHELAMIN ZIMAN	LS	5-10 L	300-400 CC				
CHELAMIN KALIEXPRESS	LS	5-10 L	300-400 CC				
CHELAMIN DURAFRUIT	LS	10-15 L	300-400 CC				
CHELAMIN TOPCAL	LS	10-30 L	300-400 CC				
CHELAMIN CUAJE	WG	1,5-3 Kg.	150-200 gr.				

Microelementos complejados							
Nombre del producto	Composición	Ap. Riego Ha.	Ap. Foliar Hl.	Observaciones			
MICROQUEL TOPIRON	WG	Consultar ficha técnica S.M. (5%)	150-250 CC				
MICROQUEL MIX	WG	1-4 Kg. S.M. (5%)	100 gr.				

Activadores de la rizosfera							
Nombre del producto	Composición	Ap. Riego Ha.	Ap. Foliar Hl.	Observaciones			
EFISOIL HUMUS	WG	15-20 Kg. S.M. (5-10%)	-				
EFISOIL SOLUTION	LS	15-20 L	300-400 CC				

Foliare						
Nombre del producto	Composición (P/P)			Ap. Riego Ha.	Ap. Foliar Hl.	Observaciones
FERTAFOL CEREAL	CRS      20% 10% 10%			-	5-10 Kg/Ha	
FERTAFOL STAR	CRS       27% 10% 12% 2%			-	300-500 gr.	
FERTAFOL TOPKUALIUM	CRS       10% 5% 42% 2%			-	300-400 gr.	
FERTAFOL COMPLEX	CRS      20% 20% 20%			-	300-500 gr.	
FERTAFOL BLACKPOT	WG      3% 0% 52% 4% 8%			5-10 Kg. S.M. (5%)	200-500 gr.	

NPK's solubles						
Nombre del producto	Composición			Ap. Riego Ha.	Observaciones	
FERCRISTAL SUMMUM 12-40-6	CRS     			Según extracciones de cultivo		
FERCRISTAL SUMMUM 18-5-5	CRS     			Según extracciones de cultivo		
FERCRISTAL SUMMUM 12-5-40	CRS     			Según extracciones de cultivo		
FERCRISTAL SUMMUM 15-15-15	CRS     			Según extracciones de cultivo		

Aminosoluciones						
Nombre del producto	Composición (P/P)			Ap. Riego Ha.	Observaciones	
AMINOSOLUCION AMINORROOTS	LS        4% 16% 0% 2% 0,1% 0,1% 0,1%			Según extracciones de cultivo		
AMINOSOLUCION QUALITY	LS      0% 0% 20% 3% 3%			Según extracciones de cultivo		
AMINOSOLUCION AMINONITRO	LS        20% 0% 0% 2% 0,02% 0,02% 0,02%			Según extracciones de cultivo		
AMINOSOLUCION AMINOUNICA	LS        15% 5% 5% 2% 0,1% 0,1% 0,1%			Según extracciones de cultivo		
AMINOSOLUCION AMINOFRUIT	LS        0% 10% 10% 2% 0,1% 0,1% 0,1%			Según extracciones de cultivo		

Activadores químicos						
Nombre del producto	Composición			Ap. Riego Ha.	Observaciones	
EFISOIL NITROSHOOT	LS     			15-30 Kg.		

Legenda

 Aminoácidos	 Ácidos fúlvicos	 Ácidos húmicos	 Complejo Algalvital	 Aminoato	 Boro	 Biopolímeros	 Bioactivador vegetal solution
 Calcio	 Pobre en cloruro	 Cobre	 Ácido Edta	 Hierro	 Potasio	 Lignosulfonatos	 Metionina
 Micros	 Magnesio	 Manganeso	 Materia orgánica	 Molibdeno	 Nitrógeno	 NPK	 Fósforo
 Polioles	 Prolina	 Azufre	 Molécula SLHA	 Tioésteres	 Valina	 Zinc	 Aplicación en agua de riego
 Aplicación en pulverización foliar	 Complejo Efi fol®	 Complejo Efi soil®	 Complejo Oxistop				

Diseño: Publicomp

PROFESIONALIDAD

Seminis amplía su catálogo de melón y sandía para los invernaderos almerienses

■ CIA

La marca de Monsanto cuenta con una creciente gama de estos cultivos, de gran calidad, con la que da respuesta a todas las exigencias del área de Almería, a sus agricultores y, por supuesto, también a los consumidores

La familia de melones y sandías de Seminis, marca de Monsanto, continúa creciendo para dar respuesta a todas las exigencias del área de Almería, sus agricultores y consumidores.

Las últimas novedades de Seminis se centran en galia y amarillo, con las variedades SV5133MG y Chester, respectivamente.

MELÓN GALIA

En galia, SV5133MG esta orientado a los trasplantes tardíos en Almería, radicando su éxito en su gran sabor, con 14,5° brix, y su excelente producción. Su planta es de alto vigor, con buena cobertura de frutos. Sus frutos tienen excelente uniformidad de calibre.

MELÓN AMARILLO

En amarillo, la novedad, Chester, está adaptada a los trasplantes tempranos de Almería, destacando por su excelente producción, su alto nivel de azúcares y su excelente sabor. Además aporta el calibre idóneo para temprano y posee un extraordinario com-



■ Gama de melones y sandías de Seminis, marca de Monsanto. /FHALMERIA

portamiento de postcosecha. Estas dos variedades, el SV5133MG y Chester, complementan la gama ya consolidada en Almería en cantaloup y piel de sapo.

MELÓN CANTALOUP

En cantaloup, Seminis responde a los diferentes ciclos de cultivo, desde los más tempranos, como pueden ser los casos de Bosito, hasta los más tardíos, como es el caso de Tezac. Bosito es una va-

riedad con planta de alto vigor, con facilidad de cuaje, que cubre bien los frutos y con alta productividad. Bosito tiene unos frutos de carne naranja con tamaño óptimo y se caracteriza por tener un cuaje agrupado de frutos redondos muy uniformes, con escriturados finos y suturas bien definidas. La planta de Tezac también se caracteriza por tener buen vigor, facilidad de cuaje y una alta productividad. En el caso de Te-

zac, la carne es de color naranja, con un alto contenido en azúcar y excelente conservación.

MELÓN PIEL DE SAPO

En la gama de piel de sapo, Seminis se consolida con SV6203MP para condiciones de invernadero, dando unos resultados muy satisfactorios en invierno-primavera. Las principales características desde el punto de vista del consumidor son su nivel de azúcar, sabor y un formato de fruto muy atractivo. Desde el punto de vista del agricultor, alto nivel de producción, uniformidad y resistencia a oídio/pulgón.

SANDÍAS FENWAY

Seminis también cuenta con una gama de sandías que responde a todas las demandas de sus clientes. En este sentido, hay que destacar Fenway, sandía sin semillas de carne roja y corteza exterior de color negro, que se ha consolidado como la Reina de las negras.

Su fruto, redondo y con carne de color rojo intenso, destaca por su gran sabor y dulzura, haciéndola ideal para cualquier mercado. Tanto es así, que Fenway ha conseguido consolidarse como una referencia en el mercado nacional y en el de exportación, superando los estándares del retail y traduciendo su aceptación en una creciente demanda de producto. Actualmente, es la sandía más demandada por el mercado y el agricultor y a la que más de 2.000 hectáreas avalan.

Esta variedad resulta imbatible en kilos y se le reconoce por su producción, calidad y sabor. Agronómicamente, es muy competitiva, con planta de vigor alto y con buena cobertura de fruto. Se caracteriza, además, por su buena adaptación a todos los periodos de trasplante y a todas las zonas de cultivo, tanto en invernadero como al aire libre, siendo una sandía con buena tolerancia al asolanado o planchado y con una gran postcosecha.

© Monsanto Agricultura España S.L.U. Todos los derechos reservados 11/2015

Fenway
la Reina de las Negras

www.seminis.es

Seminis
grow forward

PREPARANDO LA PRÓXIMA CAMPAÑA

HM Clause amplía su catálogo de variedades de melón para seguir siendo líder mundial

A Valverde, en piel de sapo, y Norte y Brisa, en galia, que son ya todo un referente, la empresa suma dos nuevas galia ideales para Almería

■ Isabel Fernández

HM Clause es líder mundial en el mercado de melón y, cómo no, también lo es en Almería. En la provincia, la empresa de semillas cuenta con variedades que son una referencia desde hace años, como son Valverde, en piel de sapo, y Norte y Brisa, en galia; sin embargo, y con el claro objetivo de seguir ampliando su gama y responder así a las demandas de los agricultores, los comercializadores y el mercado, HM Clause continúa trabajando en la obtención y desarrollo de nuevas variedades de esta fruta.

Valverde es, sin lugar a dudas, la gran referencia en melón piel de sapo en la provincia y, de hecho, su cultivo supone más del 80% de las hectáreas totales de este tipo de melón en la zona. Valverde está indicado para siembras tempranas y medias, de la segunda quincena de enero a los primeros días de marzo, y destaca, sobre todo, por su buen calibre para temprano, su buen cuaje, excelente rendimiento y, cómo no, su excelente sabor y grados de azúcar elevados. A todo ello, Javier Achón, técnico de Promoción y Desarrollo de HM Clause Ibérica, añade “su uniformidad, con frutos de buen calibre y homogéneos”. Asimismo, “es una variedad muy plástica”, lo que le da al agricultor cierta libertad. La llegada de Valverde al campo supuso “un cambio” con respecto a las variedades que ya existían y es que, según recuerda Achón, “fue la variedad que aportó lo que se necesitaba de producción, de calidad, de calibre, de buen comer... Gracias a la llegada de esta variedad, el mercado del piel del sapo repuntó en Almería”.

Por otro lado, y como complemento a Valverde en plantacio-



■ Valverde destaca, sobre todo, por su buen calibre para temprano, buen cuaje y excelente rendimiento. /FHALMERÍA



■ Brisa, indicado para trasplantes de febrero y los primeros días de marzo, tiene buenos rendimientos y conservación. /FHALMERÍA

nes más tardías, HM Clause cuenta con Valderrama, una variedad que se caracteriza, fundamentalmente, por “tener un calibre algo más pequeño y por que, en plantaciones tardías, coge muy bien el azúcar y escritura sin problemas”. Tanto que “los marquistas lo están demandando cada vez más”.

Junto a Valverde, las otras dos grandes referencias de HM Clause en melón para Almería

son Norte y Brisa, el primero para trasplantes de enero y, el segundo, algo más tardío, para febrero y los primeros días de marzo. Ambos destacan por sus buenos rendimientos y por su buena conservación. Asimismo, en HM Clause están trabajando en nuevas variedades para el sector de Norte y Brisa: CLX MLN70 y CLX MLN72, la primera para siembras tempranas, como Norte, y la segunda para

trasplantes medios y tardíos, como Brisa. “Ambos aportan una mejora en el tema del azúcar, ya que cogen mejor el azúcar”, explica Achón y añade que, en el caso del CLX MLN70, “hace algo más de calibre y te permite adelantarte a siembras más tempranas”; junto a ello, “mejoramos la producción”. El CLX MLN72, por su parte, “también tiene mayor facilidad para lograr el punto óptimo de

azúcar, contando, de hecho, con más grados Brix, y, además, mantiene la uniformidad de la producción de Brisa”.

Por último, en melón amarillo también para Almería, HM Clause sigue apostando por Mastil, su última incorporación, una variedad que destaca, fundamentalmente, “por su conservación”, ya que, mientras otras variedades de melón amarillo tienen problemas de manchado, “en este aspecto, Mastil se comporta muy bien”.

EN MURCIA Y LA MANCHA

HM Clause cuenta también, y cómo no, con variedades adaptadas a las condiciones de cultivo tanto de Murcia como de Castilla-La Mancha. En el caso de la primera, la empresa de semillas acaba de incorporar un nuevo melón galia para ciclo temprano, CLX MLM65 (Bachata), que viene a sumarse a Lambada y Salsa, completando, de este modo, todo el ciclo de cultivo. “En todos los casos, estamos hablando de galia larga vida y con sabor”. En piel de sapo para Murcia, HM Clause sigue apostando por Valiente, “referente en la zona por su sabor”, y en tipo charentais cuenta con variedades como Karman, Soliman o Acosta.

Con respecto a Castilla-La Mancha, HM Clause incorpora para esta campaña dos nuevas variedades de melón piel de sapo: CLX MPM78 (Valdivieso) y CLX MPM80. “CLX MPM78 (Valdivieso) es un melón para temprano en La Mancha que aporta calibre, mientras que CLX MPM80 es un melón para el segmento medio y con un calibre marquista”.

SANDÍA

Por último, y fruto de su continuo trabajo en investigación, desde HM Clause avanzan que “ya estamos comenzando a tener una variedad pre-comercial en el segmento de sandía negra sin semillas”. Esta nueva variedad, según apunta Achón, va a aportar, sobre todo, “calibre, sabor y una buena conservación”.

CALIDAD GARANTIZADA

Semilleros Hermanos Barrera, todo un referente en el injerto de melón

En este semillero, en el que también son especialistas en injerto de sandía y pepino, trabajan cada planta de forma individualizada

■ Isabel Fernández

Hablar del injerto de melón en la provincia de Almería es hablar, sin duda alguna, de Semilleros Hermanos Barrera. Fueron pioneros en el uso de esta técnica hace más de una década y, desde entonces, no han parado de trabajar para continuar perfeccionándola. Hoy por hoy, son auténticos especialistas en el injerto de melón y, es más, la experiencia les ha llevado a desarrollar su propio método para lograr plantas de calidad garantizada. En este sentido, Antonio Barrera, gerente del semillero, explica que “cada planta se cultiva de forma in-

dividual, garantizando al agricultor una planta más uniforme y de mejor calidad”. Para ello, se valen de pequeñas macetas en las que cultivan con mimo cada una de las plantas injertadas.

Precisamente por ello, Antonio Barrera afirma que “somos una referencia” e insiste en que “nos diferenciamos del resto de semilleros en la calidad del injerto”. Hoy por hoy, su reconocimiento no se limita a la provincia de Almería y, de hecho, “tenemos pedidos de otras zonas productoras”.

Preguntado por la conveniencia de injertar el melón, Barrera no tiene ninguna duda, “son todo ventajas”. “El injerto garantiza una mayor resistencia, seguridad y producción”, pero no sólo eso. “Otorga a la planta una tolerancia bastante alta tanto a nematodos como a enfermedades de suelo y hace que puedas desarrollar el cultivo hasta

el final sin que el fruto se vea afectado”. En Semilleros Hermanos Barrera injertan todos los tipos de melones y, en todos los casos, con garantía de éxito.

SANDÍA Y PEPINO

Junto al melón, su especialidad, en este semillero abderitano también trabajan el injerto en sandía, en todos sus tipos, y en pepino. Al igual que con el melón, y siempre con la intención de ofrecer a sus clientes plantas de la mayor calidad, las sandías y pepinos injertados también son tratados de forma individualizada, usando una pequeña maceta para cada planta.

Por último, y aunque siempre tienen disponibilidad de plantas en el inicio de la campaña de cada cultivo, recomiendan a los agricultores que realicen una planificación de siembra con, al menos, dos meses de antelación.



■ Cada planta injertada se desarrolla en una maceta individualizada. /FHALMERÍA



HM. CLAUSE IBERICA S.A.U.
Paraje la Reserva s/n - Apartado de Correos 17
04745 LA MOJONERA (Al)
Tel 950 55 30 44 - Fax 950 55 81 77
info.spain@hmclause.com - www.hmclause.com



HM • CLAUSE

BUEN COMPORTAMIENTO EN EL CAMPO

Ramiro Arnedo propone Belchite F1, un pepino francés que destaca por su productividad

La casa de semillas española está consiguiendo muchos éxitos con este producto que se puede trasplantar hasta mediados del mes de febrero

■ Rafa Villegas

Ramiro Arnedo sigue apostando por ofrecerle a los agricultores semillas que les ayuden a ganar en productividad y calidad, en definitiva en seguridad. Un buen ejemplo de todo ello, dentro del catálogo de esta casa de semillas española, es, sin lugar a dudas, el pepino Belchite F1.

En concreto, Belchite F1 es un pepino de tipo francés que, como ha subrayado Henry Smienk, responsable de Marketing de Ramiro Arnedo, “destaca por ser muy productivo, por presentar muy buen color y por tener un buen comportamiento en el campo”.

De las características de esta variedad partenocárpica de pepino tipo francés de Ramiro Arnedo se puede destacar también la vigorosidad de su planta y que presenta entrenudos medios.

En cuanto al fruto, Belchite F1 registra longitudes que oscilan entre los 19 y los 23 centímetros. Cabe destacar, además, su llamativo color verde oscuro en la totalidad del pepino.

Otra característica muy a tener en cuenta de Belchite F1 es, sin lugar a dudas, su buen comportamiento durante los meses más fríos. Y es que, este pepino de Ramiro Arnedo registra una muy buena producción también en la estación invernal.

A todas estas características, muy valoradas por los agricultores, hay que sumar que cuenta con resistencia intermedia a oídio (Gc) y al virus de las venas amarillas del pepino (CVYV).

Respecto a la fecha ideal para llevar a cabo el trasplante del pepino Belchite F1 en el invernadero, desde la casa de semillas Ramiro Arnedo recomien-



■ El pepino tipo francés Belchite F1, de la casa de semillas Ramiro Arnedo. /FHALMERÍA

dan el período comprendido entre mediados de septiembre y mediados del mes de febrero.

BALANCE DE LA FERIA

Ramiro Arnedo, por otra parte, ha participado, un año más, en la feria hortofrutícola más importante de cuantas se celebran a lo largo y ancho del territorio nacional, en Fruit Attraction. Lo ha hecho, además, de nuevo, con éxito.

La casa de semillas española ha contado en esta séptima edición de la feria madrileña con un espacio expositor grande, luminoso y abierto en el que han presentado su amplio surtido de productos hortofrutícolas.

De nuevo, como ha explicado Henry Smienk en la feria, “nuestro principal objetivo es la imagen, mostrar quiénes somos y, a partir de ahí, conocer gente nueva y, por supuesto, atender a nuestros clientes de siempre”.

El responsable de Marketing de Ramiro Arnedo ha valorado muy positivamente el incremento que ha tenido lugar este año de visitantes y participantes de países terceros en Fruit Attraction. Smienk también ha constatado un notable aumento del número de expositores ex-



■ Productos expuestos en el stand de Ramiro Arnedo en Fruit Attraction. /Rafa Villegas



■ Los comerciales de Ramiro Arnedo mantuvieron muchas reuniones de trabajo durante la feria. /R. V. A.

tranjeros, algo que, como ha explicado, “ha hecho que venga también más gente de sus entornos”. Smienk ha valorado, asimismo, la importancia de que un evento de estas características se lleve a cabo en Madrid, una ciudad que, como ha señalado, “ofrece mucho más, aparte de la feria, lo que ayuda a que ésta sea siempre un éxito”.

El stand de Ramiro Arnedo de este año le ha dado mucho protagonismo a dos productos, la lechuga y el pimiento, si bien también se han mostrado especialidades como el pimiento padrón, que siempre llama la atención, algún tomate de huerto, berenjenas mini o berenjenas rayadas, por poner un ejemplo. La mayor parte del producto

mostrado en el stand de Ramiro Arnedo ha sido de Almería, debido a las fechas de producción, ya que la campaña en extensivo ha concluido.

Respecto al cambio de fecha anunciado, a la primera semana de octubre, de Fruit Attraction en 2016, Smienk piensa que será más difícil contar con productos de Almería”.

MEJORES DATOS QUE EN EL EJERCICIO 2013/2014

El pepino alcanzó el precio más alto de la pasada campaña durante el invierno

Almería y la Costa Tropical granadina son los únicos productores de esta hortaliza durante el invierno lo que, unido a las bajas temperaturas, provocó una producción escalonada y precios cercanos a los 70 céntimos de euro por cada kilogramo

■ Rafa Villegas

La campaña 2014/2015 se cerró con un incremento, según los datos del Observatorio de Precios y Mercados de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, del precio medio del pepino de tres céntimos, hasta los 0,48 euros el kilo, con respecto al ejercicio agrícola anterior.

Como ya viene siendo habitual campaña tras campaña, los mejores precios se registraron durante los meses invernales. Y es que, son varios los factores que propician que se dé esta situación, como que el campo almeriense y la Costa Tropical granadina son prácticamente los únicos productores de esta hortaliza en estas fechas y, no menos importante, que las bajas temperaturas regulan la producción, la escalonan y se abastecen los mercados sin avalanchas de producto.

No obstante, la media de precios correspondiente al mes de enero ha sido más baja que la habitual. Y es que, las temperaturas comenzaron a bajar más en la segunda mitad y, pese a que remontaron los precios, la media se quedó frenada en 44 céntimos de euro el kilo, muy lejos de los 72 registrados en la campaña 2012/2013 o los 78 de la 2013/2014.

Por el contrario, un mes que suele ser nefasto, en cuanto a precios, para el pepino, como es el de octubre, en el ejercicio 2014/2015 se

vendió esta hortaliza a una media de 71 céntimos de euro el kilo, superior a los 69 céntimos de febrero. El valor de octubre se debió al considerable retraso que se produjo de la campaña de pepino en el Poniente almeriense, principal zona productora de la provincia de Almería de esta hortaliza.

Lo que sí aumentó la pasada campaña, respecto a la anterior, fue la superficie cultivada de pepino, en concreto en un 3 por ciento, mismo porcentaje en el que aumentó el volumen comercializado.

El pepino registró su peor media de precios de la campaña en noviembre. Desde la Junta explican que “la realización mayoritaria, tanto en Almería como en la Costa Oriental granadina, de trasplantes tardíos de pepino para evitar colisionar con la oferta holandesa propicia una concentración productiva que conduce a la depreciación del producto”. En concreto, se vendió el pepino a una media de 0,28 euros el kilo.

En cuanto a la campaña de primavera, la producción holandesa comenzó en la segunda quincena de febrero, pero no fue hasta marzo cuando ofreció volúmenes significativos, hasta el punto que comenzó a relevar a la producción de pepino de Almería. En mayo, la hortaliza continuó depreciándose, hasta los 30 céntimos de euro el kilo, estabilizándose en junio, con la campaña de Almería casi finalizada.



■ Cultivo de pepino tipo Almería en una finca de El Ejido. /FHALMERIA



■ Cultivo de pepino en una finca experimental del IFAPA La Mojonera. /Rafa Villegas



Semilleros Loteplant



CAAE



PRODUCCIÓN ECOLÓGICA



Plantas injertadas



Cultivos hortícolas

Visite nuestras instalaciones



LOTEPLANT I
Paraje el lote, s/n
04712 Balerma
Almería
Tel: 950 52 21 30

LOTEPLANT II
Carretera Balerma -
Tarambana, s/n
El Ejido, Almería
Tel: 950 06 03 64

LOTEPLANT III
Próximamente inauguramos
nuevas instalaciones en
El Ejido para dar el mejor
servicio al agricultor

GRAN APUESTA PARA PRIMAVERA

Tigrinho RZ, la sandía más exitosa como polinizador de las sin semillas

Un año más, esta variedad de Rijk Zwaan ha cumplido con las expectativas, pues permite que la sandía sin semillas cuaje muy bien con frío y con calor

■ Elena Sánchez

El catálogo de variedades de sandía de Rijk Zwaan es muy completo, gracias a los materiales que en él se presentan y con los que la casa de semillas intenta cumplir con las demandas tanto de agricultor como de consumidor. Y es que, una campaña más, la sandía rayada Tigrinho RZ está cumpliendo con las expectativas esperadas y se ha convertido en la variedad más exitosa como polinizador. Según explica David Herzog, coordinador de portainjertos y sandía de Rijk



■ La variedad 62-337 RZ funciona muy bien cultivándose sola.

Zwaan, “Tigrinho RZ poliniza muy bien a las triploides negras y blancas en cualquier zona de producción, así como en cualquier ciclo, tanto con frío como con calor y, además, su madu-

ración coincide con la sandía sin semillas”.

Por otro lado, la casa de semillas Rijk Zwaan también está apostando fuerte en los últimos años por la variedad 62-337 RZ,

un material muy similar a Tigrinho RZ, aunque un poco más pequeña. “Esta sandía funciona muy bien cultivándose sola debido a su calibre y uniformidad, por lo que tiene una gran aceptación entre las empresas, incluso en las de ecológico”, asegura Herzog.

Una característica especial de la 62-337 RZ es que, “como polinizador, tiene una curva de floración muy amplia y con gran cantidad de flores macho, por lo que produce una gran cantidad de polen para polinizar”.

NUEVAS VARIEDADES

Con el fin de seguir avanzando en el mercado y ofrecer cada vez mejores materiales, Rijk Zwaan da a conocer tres nuevas variedades de sandía sin semillas de calibre medio-grande y que están en proceso de ensayo. La pri-

mera de ellas es la 62-517 RZ, una sandía negra sin semillas que se caracteriza por su precocidad, alta productividad, piezas grandes y buen cuaje, así como por el color rojo intenso que tiene la carne.

La segunda gran apuesta es la sandía blanca sin semillas 62-782 RZ, que destaca “por su calidad interna, ya que es muy buena de comer y muy dulce, puesto que puede alcanzar los 12 grados brix. Además, la sandía cuenta con un buen tamaño y alta productividad”, explica David Herzog.

La tercera y última de las nuevas variedades de sandía de Rijk Zwaan es, también, la más nueva. Se trata de la 62-729 RZ, una blanca sin semillas más pequeña que las anteriores y mucho más precoz. Además, destaca por su gran calidad interna.

Con estos materiales de ensayo, además de con las nuevas variedades de sandía mini sin semillas con las que están empezando a trabajar en Rijk Zwaan, el sector de esta fruta en la provincia tiene cada vez más calidad.

MELÓN RIJK ZWAAN

Mesura RZ y Naciol RZ, dos variedades que destacan por su precocidad y excelente cuaje

Mesura RZ es un piel de sapo para ciclo temprano-medio, mientras que Naciol RZ es un Cantaloup adaptado a invernadero y aire libre

■ Elena Sánchez

Rijk Zwaan apuesta fuerte por la campaña de melón, tanto en la zona de la provincia almeriense como en el Campo de Cartagena, con dos variedades que se adaptan, a la perfección, a sus zonas de producción. En este sentido, la primera de las variedades es Mesura RZ, un piel de sapo que está indicado para ciclo temprano y medio, es decir, para trasplantes desde el 20 de enero hasta primeros de marzo. Una de las características principales de este melón es que es una planta que está adaptada tanto a invernadero como al aire libre, sobre todo en el Campo de Cartagena, donde sus tras-



■ Mesura RZ destaca porque su carne es fuerte y crujiente.

plantes están recomendados para finales de marzo.

Según explica Alberto Domingo, delegado de Almería Poniente Este y especialista de cultivo de melón y berenjena, “Mesura RZ cuaja con facilidad en épocas de frío, escritura muy

bien y es muy uniforme, ya que si te echa frutos de 3-3,5 kilos, no te va a dar otros de 2 ó 4 kilos”. Asimismo, otra de las características principales de esta variedad de melón piel de sapo es que es “precoz, se va a adelantar cinco días en comparación con otras variedades

estándar. Además, tiene un buen color dorado, su carne es más fuerte y crujiente y su conservación es muy buena”.

A día de hoy, dentro del mercado del melón piel de sapo, se “están buscando calibres que rondan los 3-3,5 kilos, así

como una fruta oval con buen escriturado y no demasiado excesivo, por lo que Mesura RZ se adapta muy bien a todos estos requisitos”, asegura Domingo.

CANTALOUPE

Por otro lado, dentro del catálogo de melón Cantaloup, Rijk Zwaan apuesta por Naciol RZ, un material que está indicado para siembras desde el 10 de febrero hasta primeros de marzo. Naciol RZ está adaptado a invernadero y goza de una planta fuerte. Según indica Alberto Domingo, “esta variedad cuaja con mucha facilidad, no necesita ningún tratamiento y es muy precoz en comparación con otros materiales, ya que Naciol RZ se puede adelantar hasta siete días”.

Asimismo, este melón Cantaloup destaca por ser un fruto muy parejo, de corte fácil y de carne de color naranja intenso y alto nivel de azúcar.

EN LA CAMPAÑA 2014/2015

Las exportaciones de melón y sandía crecieron un 20% y un 30% en volumen

Entre los meses de mayo y junio, el melón superó las 52.000 toneladas, mientras que la sandía alcanzó las 142.000 Tm

■ Elena Sánchez

Los datos de exportación de melón y sandía en la campaña 2014/2015 han sido favorables en comparación con ejercicios anteriores. Y es que, según los datos facilitados por la Valoración de la Campaña Hortícola 2014/2015 elaborados por la Consejería de Agricultura y publicados en el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, el melón registró un incremento del 20 por ciento en los envíos al extranjero, mien-



■ El pasado mes de junio fue el más favorable para la exportación de sandía. /FHALMERIA

tras que el volumen de negocio mejoró tan solo un 9 por ciento. Y es que, según este análisis, en total fueron 52.000 toneladas exportadas entre los meses de mayo y junio, generando unos ingresos cercanos a los 33 millones de euros. Sin embargo, en los meses de abril y julio, la producción comercializada en mercados internacionales no varió.

SANDÍA

En el caso de la sandía, esta fruta registró un aumento de la exportación de un 30 por ciento en volumen y de un 36 por ciento en valor, respecto al ejercicio 2013/2014. Así, en el caso de este producto, se superaron las 142.000 toneladas enviadas al mercado extranjero, obteniendo por ello alrededor de 74 millones de euros.

De hecho, según dio a conocer la Consejería de Agricultura, junio fue el mes más favorable, no igual que en julio, cuando se solapó la exportación de sandía protegida y al aire libre.



Tigrinho RZ

El mejor polinizador
haga frío o calor

- Alta calidad de pólen
- Poliniza negras y rayadas
- Se distingue fácilmente en la recolección

Sharing a healthy future



EN PEPINO

El volumen de exportación aumentó un 4% hasta las 365.574 toneladas

Según la Consejería de Agricultura, entre noviembre y febrero, las ventas de pepino al exterior alcanzaron cifras récord

■ Elena Sánchez

El pepino sigue dejando buenos datos de exportación una campaña más. Y es que, según la Valoración final de la campaña hortícola almeriense 2014/2015, de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, el volumen de las exportaciones se ha incrementado un 4 por ciento con respecto al periodo precedente, alcanzando el valor máximo de la serie analizada hasta llegar hasta las 365.574 toneladas. De hecho, entre los meses de noviembre y febrero, las ventas de pepino al exterior alcanzaron cifras récord.

Sin embargo, el valor de las exportaciones de pepino no ha



■ El precio medio del pepino durante la pasada campaña fue de 0,72 euros el kilo. /FHALMERÍA

contado con una evolución positiva en esta campaña que se analiza, ya que ha descendido un 6 por ciento, hasta los 263.173.000 euros, en comparación con el ejercicio anterior, cuando la temporada se cerró con un volumen de negocio de 279.287.000 euros, por lo que marca el dato más bajo desde la

campaña 2011/2012, cuando las cifras registradas fueron de 263.451.000 euros.

MÁXIMO VALOR ECONÓMICO

Por otro lado, según la Valoración final de la campaña hortícola almeriense de la Consejería de Agricultura, en febrero se alcanzó el máximo valor econó-

mico de las exportaciones. Y es que, el incremento del valor unitario, hasta los 0,92 euros el kilo, compensó la reducción del volumen exportado. Sin embargo, a partir del segundo mes de 2015, las ventas al exterior de pepino se redujeron paulatinamente, acusando la competencia del producto holandés.

SEGÚN UNICAJA

Almería concentra el 61 por ciento de la producción regional de pepino

■ E. S. G.

Más de la mitad de la producción de hortalizas de Andalucía se concentra en la provincia de Almería, concretamente, el 57,6% del total regional, según el último Informe Anual del Sector Agrario en Andalucía 2014 hecho público por Unicaja. Tal es así, que en el caso del pepino, las cifras son bastante altas, ya que el 61% de la producción total de esta hortaliza en la Comunidad andaluza se cultiva en tierras almerienses.

Sin embargo, más significativa es la representatividad de la provincia en sandía y melón, ya que, en el caso de la primera fruta, el 78,2% del total andaluz se produce en Almería, mientras que, en cuanto al melón se refiere, el 65,1% de la producción sale del territorio almeriense. Sin duda, cifras que dejan ver la importancia de este sector para el cómputo general andaluz.

DATOS PROVISIONALES DE LA JUNTA PARA ESTA CAMPAÑA

Prevé que melón y sandía mantengan la misma superficie con lucha integrada

Según las primeras cifras, ambas frutas no van a notar variación en el número de hectáreas, sin embargo, el pepino crecerá hasta las 2.580

■ E. Sánchez

La nueva campaña de melón y sandía se va acercando cada vez más y, con ello, las primeras estimaciones de cómo se espera que evolucionen estas frutas de cara al nuevo año. Sin embargo, los datos provisionales ofrecidos por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural en Almería dejan entrever que tanto melón como sandía no van a notar variación en cuanto al número de hectáreas con lucha integrada se



■ Ésta es la séptima campaña que el melón no incrementa su superficie bajo control biológico. /FHALMERÍA

refiere. En este sentido, se espera que el melón siga con las 1.860 hectáreas bajo control biológico de la temporada anterior, cuando se registró un descenso de un 7,5% en comparación con el ejercicio 2013/2014, cuando se superaron las 2.000 hectáreas de cultivo con fauna auxiliar.

Por su parte, en el caso de la sandía, sus cifras también parece que se van a mantener estables en la nueva campaña, quedándose en las 1.450 hectáreas de lucha integrada. Estos datos muestran que éste es el quinto año en el que dicha fruta no registra un incremento de superficie con control biológico. De hecho, la temporada de referencia fue la 2010/2011, cuando se llegó a las 2.835 hectáreas que estaban cultivadas con esta técnica de producción.

Cifras más positivas son las que muestra el pepino, que después de dos años bajando, de nuevo en esta campaña se espera que la superficie con lucha integrada se incremente en 50 hectáreas, hasta llegar a las 2.580.

Especial ASÍ FUE FRUIT ATTRACTION 2015...

Nunca antes había acudido a Fruit Attraction tanta gente, entre profesionales y visitantes, como en esta última edición, la séptima de la historia de esta feria hortofrutícola. Almería ha mostrado todo su potencial, logrando ampliar sus empresas su cartera de clientes. Este año, además, se ha registrado un récord de expositores, muchos de ellos de nutrición vegetal, más que nunca.



Almería destaca en una feria histórica

CRISTALPLANT
DIVISION SEMILLERO

Experiencia,
calidad,
éxito.

Somos tu primer gran paso.

cristalplant.es
950 565 032

San Agustín / Cartabona / Campohermoso / Las Norias / Aldellapant / Los Palacios / EL Viso / Lebrija / Motril

UNA FERIA DE RECORDS



■ La ministra de Agricultura inaugurando la feria, junto a consejeros de Agricultura. /Rafa Villegas



■ Muestra de apoyo de la ministra al I Foro de Frutas y Hortalizas de Almería. /R. V. A.



■ BioCampojoyma estuvo presente en la feria con stand propio. /R. V. A.



■ La fibra de coco de Coflor se ofreció en Fruit Attraction. /R. V. A.



■ Carmen Román, gerente de Crisara, en su stand en la feria. /R. V. A.



■ La ministra de Agricultura posó con políticos almerienses y con directivos de Cajamar. /R. V. A.



■ UPL también apostó por tener un espacio expositor en la séptima edición de Fruit Attraction. /R. V. A.



■ Svensson mantuvo muchas reuniones durante el evento. /R. V. A.



■ Chamae presentó sus fertilizantes naturales. /R. V. A.



■ Stand de la empresa granadina Rabita Agrotexil. /R. V. A.

GLOBAL.G.A.P.

Cristalplant y Frío Guerrero abren la brecha en Almería a la certificación de semilleros y transporte

La Gran Distribución ya puede adquirir hortalizas almerienses certificadas GlobalG.A.P. en todos los eslabones de la cadena alimentaria

■ Rafa Villegas

La agricultura almeriense, con su industria auxiliar incluida, es sinónimo de la más alta calidad. Ahora, además, las grandes cadenas de distribución tienen la oportunidad de comprar una fruta u hortaliza de la provincia con certificación de calidad GlobalG.A.P. en todos los eslabones de la cadena, desde la casa de semillas, pasando por el semillero, la producción en el invernadero, el manipulado y el transporte. Todo ello gracias a dos empresas almerienses, Semilleros Cristalplant y Frío Guerrero.

SEMILLEROS CRISTALPLANT

En el caso concreto de Cristalplant, lo que han conseguido es la certificación GlobalG.A.P. como propagadores de planta. Son los primeros en conseguirlo en la provincia. Al respecto, el director general de la empresa, Pepe Blanco, ha asegurado que “esta certificación supone un paso adelante. Se certifica que la planta de Cristalplant cumple con todos los requisitos fitosanitarios y, por lo tanto, es una planta de calidad”.

Blanco ha explicado que, como empresa, el certificado supone “aportar una calidad en la producción y en los procesos. GlobalG.A.P. no es una auditoría de sistemas ni de procesos, es una auditoría de producto. Aporta una calidad y unas exigencias que hasta ahora existían pero no estaban protocolizadas. Da un poco de forma y de orden al trabajo que realizamos en el semillero, ganamos en eficiencia”.

Cristalplant comenzó a estudiar la idea de trabajar para certificarse Global.G.A.P. en febrero. En marzo y abril buscaron el consultor que les iba a ayudar a implantar la norma y en mayor ya comenzaron el proceso de adaptación a la misma. Detrás hay mucho trabajo previo del Departamento Técnico. Y es que, Cristalplant ha certificado, a

la vez, sus nueve semilleros. Ahora toca trabajar para mantener el certificado.

Debido al tamaño de Cristalplant, la empresa va a tener que pasar dos auditorías al año. Blanco insiste en los beneficios, tanto para la empresa como para el agricultor y el consumidor, que tiene el certificado Global.G.A.P. La consecución del mismo ha supuesto una fuerte inversión económica con la que, por ejemplo, han actualizado la maquinaria y los sistemas de control.

El director general de Semilleros Cristalplant espera que el mercado y los agricultores “acojan la certificación como lo que es, una garantía de calidad más de que el producto que están haciendo cumple con toda la legislación fitosanitaria, sin necesidad de recurrir a certificados, trazabilidad... Con llevar el certificado de GlobalG.A.P. están garantizando una calidad que ahora mismo nadie puede dar”.

Blanco ha señalado que “para nosotros, nuestro negocio es un negocio de personas, tanto de puertas para afuera como de puertas para adentro. Al ser un negocio de personas, se fundamenta en la transparencia y en la confianza. Lo que buscamos es esa confianza del agricultor en Almería y en todas las zonas en las que operamos, como Murcia, La Mancha, Portugal o Sevilla”.

FRÍO GUERRERO

La empresa de transportes Frío Guerrero también ha querido ofrecer un plus de calidad a sus clientes y ha sido la primera compañía de este sector en pertenecer a GlobalG.A.P. y en conseguir la certificación en la provincia.

El gerente de Frío Guerrero, Christian Guerrero, ha explicado que, “hasta ahora, el sector hortofrutícola se ha ido adaptando a las exigencias de los mercados europeos y han tenido que obtener ciertas certificaciones. Ahora estamos yendo más allá y es el servicio de transporte y logística el que también se certifica, algo que empiezan a exigir los mercados”.

La certificación obliga a descargar la mercancía a la temperatura que requiera cada producto, siempre en perfectas condiciones, así



■ Pepe Blanco, director general de Cristalplant, recibiendo la certificación de GlobalG.A.P. en Fruit Attraction. /Rafa Villegas



■ Christian Guerrero, gerente de Frío Guerrero, recibiendo la certificación GlobalG.A.P. en Fruit Attraction 2015. /R. V. A.

como a asegurar el control durante el trayecto hasta el momento de la descarga, controlando también la temperatura hasta el final. De ahí que la auditoría, una al año, sea de origen y en destino.

Con la certificación, Frío Guerrero ha ganado en organización interna. Guerrero ha destacado que “han transcurrido varios meses de

adaptación, de trabajo e implicación de todos los comerciales de la empresa, de preparación de documentación, hasta conseguir la certificación, ahora hay que seguir trabajando para respetar los protocolos y pasar la auditoría cada año”.

Guerrero se ha mostrado “muy contento por la apuesta de nuestros

clientes por nosotros y por los nuevos que se están sumando, gracias a la imagen que estamos dando, los años de experiencia y, a partir de ahora, también por la certificación”.

Frío Guerrero tiene una flota de 50 camiones autónomos y está ubicado en el edificio Centrodulce, en la salida de Aguadulce de la A7 en dirección a Almería capital.

LA FERIA EN IMÁGENES



■ El espacio expositor de Seipasa fue uno de los más concurridos de Fruit Attraction. /Rafa Villegas



■ Los Sweet Palermo de la casa de semillas Rijk Zwaan le dieron un toque dulce a la feria. /R. V. A.



■ Agroejido no quiso perderse una edición más de la feria. /R. V. A.



■ La italiana Eugén Seeds conquistó con sus tomates. /R. V. A.



■ La almeriense Hispatec contó con stand propio este año en Madrid.

REGISTRÓ RÉCORD DE PRODUCCIÓN LA PASADA CAMPAÑA

Anecoop suma nuevos productos y abre nueva delegación en el Valle del Ebro

La cooperativa de segundo grado Anecoop sigue creciendo y consolidándose como una de las principales comercializadoras de productos hortofrutícolas del Viejo Continente. Fruto de su continuo esfuerzo por ofrecer más a sus socios y clientes, desde este año cuentan con una nueva delegación, en concreto en el Valle del Ebro y, además, están trabajando, por vez primera, con otros productos, como el kiwi.

Con la nueva oficina, Anecoop refuerza su posicionamiento como comercializador de fruta de hueso. La nueva delegación del Valle del Ebro ya está funcionando y según ha asegurado Carlota Pardo, responsable del Gabinete de Comunicación de Anecoop, “el

objetivo de esta apertura es el de ampliar la oferta de fruta de hueso, aumentando el volumen y extendiendo el calendario de producción”. A medio plazo, Anecoop espera, como ha añadido Pardo, “conseguir aumentar el número de cooperativas socias en la zona, así como incrementar los convenios de colaboración con productores de fruta de hueso”. En concreto, Anecoop pretende aumentar las 50.000 toneladas de esta fruta que comercializaron en la campaña 2014/2015. Es más, según Pardo, “el objetivo es alcanzar las 100.000 toneladas, en toda España, en dos años”.

En cuanto a la primera campaña de Anecoop comercializando kiwis, se están produciendo en las

localidades valencianas de Picassent y Torrent. En cuanto a las previsiones, Prado ha explicado que “queremos alcanzar, en dos o tres años, entre 2.000 y 3.000 toneladas”. Ahora mismo están produciendo en torno a las 150-200 toneladas. Prado ha asegurado que “la calidad y sabor de estos kiwis es sorprendente”.

APUESTA ECOLÓGICA

Por otra parte, la cooperativa de segundo grado Anecoop está apostando con fuerza por la comercialización de productos hortofrutícolas ecológicos. En concreto, a principios de año, en el seno de Anecoop France, crearon Solagora, se trata de un almacén de recepción para estas



■ Carlota Pardo posa en Fruit Attraction con kiwis de Anecoop y otras frutas. /R. V. A.

producciones que se encuentra ubicado en la ciudad de Perpignan, en el sur del país gallo. La elección de Francia como receptor de estos productos radica en que este país es el principal mercado de ecológico de Anecoop. En la actualidad todo el grupo comercializa 10.000 toneladas de esta producción.

La pasada campaña, la compañía logró cerrarla con un incremento del 6 por ciento en facturación y del 5 por ciento en volumen, dato éste último que representa un nuevo récord. La campaña de sandía fue bastante buena. La asignatura pendiente son los cítricos, si bien se espera una mejora de precio este año.

A MÁS

Vicasol presenta en la feria sus nuevos productos de II y V Gama y su gran apuesta por lo ecológico

La empresa comercializa ya gazpacho y salmorejo en toda España y Francia, con un gran éxito, además presenta nuevos productos

■ Rafa Villegas

Vicasol ha aprovechado su participación, con stand propio, en Fruit Attraction 2015 para presentar sus nuevos productos de II y V Gama, como tomate frito, algunos pistos o pimiento asado, que se suman a sus exitosos gazpacho y salmorejo, que ya se comercializan por toda España y Francia.

La comercializadora almeriense también ha mostrado en Madrid su gran apuesta por el sector ecológico, que le ha llevado



■ José Manuel Fernández y Juan Antonio González, gerente y presidente de Vicasol. /R.V.A.

a alquilar unas instalaciones en San Isidro para trabajar esta línea. Al respecto, José Manuel Fer-

nández, gerente de la empresa, ha asegurado que “la idea es reproducir todos los productos que te-

nemos en convencional en ecológico”.

Tanto José Manuel Fernández como Juan Antonio González, presidente de Vicasol, han coincidido en señalar, respecto a las nuevas conservas presentadas, que “es muy difícil posicionarse en producto procesado porque hay muchas marcas muy posicionadas ya”. Vicasol está apostando con fuerza para , como han explicado, “tener un producto fabricado a partir de nuestra materia prima, hecho con nuestras propias hortalizas, un producto sano, natural, sin conservantes y con todo el sabor”. La idea es, como ha añadido Fernández, “ofrecerle otra salida a los productos de nuestros agricultores”.

Vicasol prevé comercializar unos 230 millones de kilos esta

campana. En estos años, la cooperativa ha experimentado un gran crecimiento, “fruto del trabajo de muchísimos años y muchísima gente, de los agricultores, de los trabajadores de la cooperativa y de la orientación que se le ha dado desde Dirección”, ha reconocido Fernández.

La expansión de Vicasol, con una nave en El Ejido desde la campaña pasada “nos ha salido muy bien”, ha explicado el gerente de la empresa. Es más, ha asegurado que “este año vamos a crecer un 50 por ciento en este centro, situándonos entre 30 y 35 millones de kilos”. Fernández valora la gran satisfacción de sus agricultores en El Ejido y los nuevos que están llegando. Vicasol cuenta con 830 socios que suman 1.650 hectáreas en total.

¡Activa tu cultivo!

brotone®

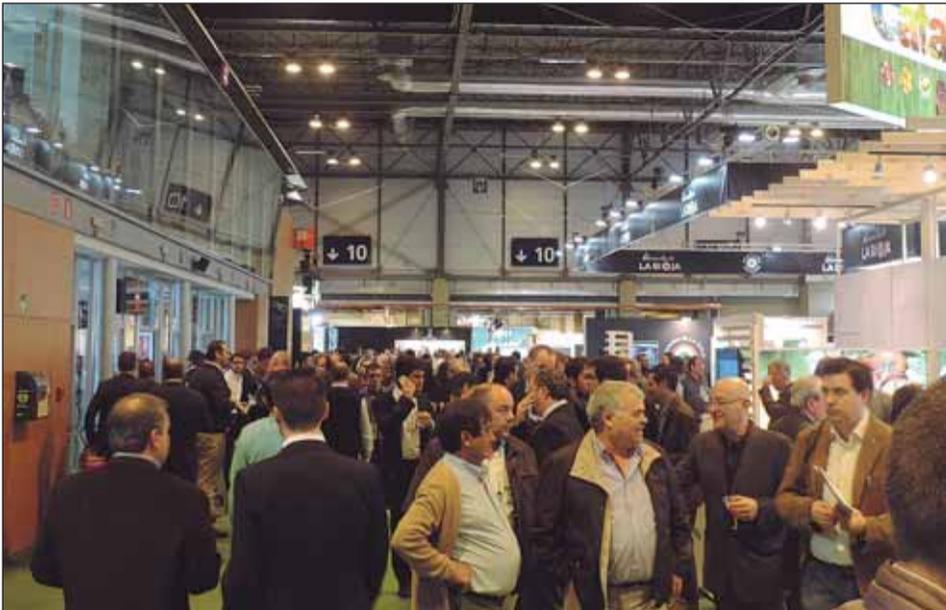
- Aumenta la **calidad** de las cosechas; buen cuajado y aumento del calibre de los frutos.
- Estimula la **producción** evitando el decaimiento de la planta durante la cosecha.
- **Mejora la resistencia** frente a los daños producidos por plagas, enfermedades, sequías, heladas, etc.
- Aumenta la **precocidad**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



grupo **agrotecnología®**

www.agrotecnologia.net

UN EVENTO QUE CRECE CADA AÑO



■ La asistencia a Fruit Attraction, sobre todo en la jornada del jueves, fue masiva. /Rafa Villegas



■ José Manuel Parra, José Gómez y Albert Alcón, de la casa de semillas Isi Sementi. /R. V. A.



■ Espacio expositor de Citrosol en Fruit Attraction 2015. /R. V. A.



■ AlgaEnergy ofreció sus innovadores productos en su stand. /R. V. A.



■ Fueron muchos los visitantes al stand de Arvensis. /R. V. A.



■ Antonio Almodóvar, responsable comercial de Takii Seeds para España, Portugal, Marruecos y Túnez. /R. V. A.



■ Parte del equipo de Seminis que se desplazó a Madrid, con un ejemplar de FHALMERIA. /R. V. A.



■ Primaflor, comercializadora de hortalizas de hoja, con su stand. /R. V. A.



■ El alcalde de El Ejido y el edil de Agricultura en el stand de Indasol.



■ Stand del Grupo Femago en Fruit Attraction. /R. V. A.

PREMIOS

Cajamar entrega su distinción 'ADN Agro' a ICEX, Marca España y Fepex

Coincidiendo con la celebración de 'Fruit Attraction', el Grupo Cooperativo Cajamar hizo entrega de un reconocimiento especial a aquellas instituciones y entidades más destacadas por su compromiso con la internacionalización del sector agroalimentario. Se trata de las distinciones 'ADN Agro', que en su primera edición han recaído en ICEX España, Marca España y la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (FEPEX).

El presidente del Banco de Crédito Cooperativo - Grupo Cajamar, Luis Rodríguez González, hizo entrega del reconocimiento 'ADN Agro' al alto comisionado del Gobierno para la Marca Es-



paña, Carlos Espinosa de los Monteros en el stand del Grupo Cooperativo Cajamar en Fruit Attraction. A continuación, el director general de Cajamar, José Luis Heredia, hizo lo propio con Francisco Javier Garzón González, consejero delegado de ICEX; y el director de Negocio de la Caja Rural, Bartolomé Viúdez, con el presidente de FEPEX, Jorge Brotons.

Desde el Grupo Cooperativo Cajamar defienden que la definitiva recuperación de la economía española y la competitividad de las empresas dependerá, 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 del 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.



■ Parte del personal desplazado por Hefe Fertilizantes a Fruit Attraction 2015, junto a nuestra comercial Caterina Pak. La empresa ha contado con un espacio expositor en el que ha dado a conocer todas sus novedades, entre ellas su producto 'Mass Tomate'.



■ Así de bonito y luminoso fue el stand de Bayer en la última edición de Fruit Attraction. /Rafa Villegas

Prevenir es Seguridad, Eficacia, Rentabilidad... Prevenir es Proteger.

¿Qué son las fitovacunas?

Son sustancias con **acción sanitaria y bioestimulante** que aplicadas al cultivo de forma preventiva y sistemática durante su ciclo, **son capaces de activar la inmunidad innata** de las plantas para poderse defender de los patógenos que causan enfermedades **minimizando y retrasando la aparición y virulencia de las mismas.**



fytosave
fitovacuna vegetal

stemicol
fitovacuna vegetal

LIDA
plant research

www.lidaplantresearch.com

EL EVENTO HORTOFRUTÍCOLA DEL AÑO



■ Grupo Agroponiente presentó su nueva página web en la feria, asegurando que "nuestros agricultores son nuestros principales protagonistas y después de la campaña que hemos hecho, liquidando los géneros a más precio que la competencia, queremos que estén también mucho más cerca de nosotros". /Rafa Villegas



■ Nuestra comercial, Caterina Pak, con Jesús Vázquez -dcha.- y José Antonio Sanromán, de Fertinagro. /R. V. A.



■ Nuestros amigos de Intersemillas en su stand en la feria. /R. V. A.



■ El espacio expositor de GlobalG.A.P., de los más visitados. /R. V. A.



■ Ejdomar tampoco quiso perderse Fruit Attraction 2015. /R. V. A.



■ Parte del equipo de El Platel Semilleros en el Pabellón de Almería en la feria. /R. V. A.



■ Caparrós Nature sorprendió a profesionales y visitantes de la última edición de Fruit Attraction con un espacio expositor muy vistoso en el que pudieron resaltar todos los productos que comercializan. Ir al stand de esta empresa almeriense era como adentrarse en un coqueto establecimiento de frutas y hortalizas. La simpatía del personal que atendió en el stand es un plus a tener en cuenta. /R. V. A.



■ Stand de la empresa Sulfato Cálculo del Mediterráneo. /R. V. A.



■ Gautier Semillas dio a conocer su amplio catálogo hortícola. /R. V. A.



■ Representantes de la Embajada holandesa en el stand del país. /R. V. A.

UNA EXQUISITEZ

La nueva hortaliza Flower Sprout® conquista el paladar de los visitantes y compradores europeos en la feria

Este híbrido natural entre col de brucas y col rizada, disponible este mismo año, ha despertado el interés de consumidores y el sector

■ Rafa Villegas

Una de las gratas sorpresas de Fruit Attraction ha sido el degustar una nueva hortaliza. Se trata de Flower Sprout®, de Tozer Seeds, un híbrido natural entre coles de Bruselas y col rizada que se ha presentado, en el marco de la feria, con un original show-cooking a cargo de la chef María Ayora, especialista en cocina vegetariana.

La presentación de la nueva hortaliza, que se colocó sobre una capa de 'tierra' salada y con toques de olivo, abono ibérico, brotes florales y aromas y sabores cítricos, llamó mucho la atención de los 150 profesionales del sector y medios de comunicación especializados, entre ellos, por supuesto, FHALMERIA. Tanto es así que fueron muchos los interesados en comercializar este producto. Al respecto, Robin Bartels, responsable de Ventas y Marketing de Tozer Seeds, les aseguró que están "realizando pruebas para que Flower Sprout® esté disponible en España y Francia este 2015.



■ Profesionales y periodistas deseosos de probar Flower Sprout®. /R. V. A.



■ Primer plano de la receta elaborada por la chef con Flower Sprout®. /R. V. A.

En países, como Alemania, Holanda, Noruega, Suecia, Suiza y Reino Unido ya cuentan con esta hortaliza en los lineales de sus

principales cadenas de distribución desde finales del mes de octubre hasta primavera, concretamente hasta marzo.

EL CLX 37841 F1 Y FLAVORITI F1

HM Clause presenta dos nuevas variedades de cherry súpersabor

■ R. V. A.

La casa de semillas HM Clause ha presentado sus últimas novedades en su catálogo de tomate cherry en el marco de Fruit Attraction. En concreto, como ha explicado Manuel Ruiz, Development and Promotion Coordinator de la empresa, "presentamos dos nuevos tomates cherry súpersabor, Flavoriti F1, que es un cherry pera de forma alargada, con dos

grados Brix más que nuestra variedad Dolcetini F1, que tiene un bouquet suelto, no es un tomate duro a la hora de consumirlo y presenta muy buena conservación; así como el CLX 37841 F1, cherry redondo precomercial. Éste último tiene las características de Genio F1, pero mejora en grados Brix, baja un poco el calibre, hasta 25-30, que es lo que busca el mercado, mejora en sabor y aumenta un poco la producción,

todo ello con un color rojo intenso".

Otro punto a favor de estas variedades es que todas tienen resistencia a cuchara, a diferencia de algunas de la competencia.

En cuanto a las plantas, el CLX 37841 F1 presenta un gran equilibrio entre vigor y fructificación y entrenudos medios, mientras que la de Flavoriti F1 es vigorosa, con entrenudos medios y follaje verdoso intenso.

FUERTE APUESTA

ICL Fertilizers invierte 450 millones de euros para crecer en España con sus productos



■ Momento de la presentación de ICL Iberia en Fruit Attraction. /R. V. A.

■ R. V. A.

ICL Iberia, de ICL Specialty Fertilizers, ha hecho una fuerte apuesta por consolidarse y crecer en el competitivo mercado de los fertilizantes en España. Para ello, la empresa, que ha invertido 450 millones de euros en el mercado nacional, apuesta por la diferenciación, ofreciendo productos novedosos, como sus encapsulados de liberación controlada, muy conocidos para, por ejemplo, controlar el césped de los campos de fútbol o para ornamentales, pero que pueden ser de gran ayuda para el agricultor también.

La presentación de su hoja de ruta y productos se ha llevado a cabo en Fruit Attraction, don-

de han explicado que las cápsulas lo que permiten es que la planta disponga de ellos en función de su crecimiento. Y es que, como han explicado, "con los fertilizantes convencionales, se aplica el producto, tiene un efecto muy rápido, ya que se disuelven, pero acaban, por lo que hay que volver a aplicar, creando unos picos de aplicación de nutrientes que no tienen que ver con el crecimiento de la planta".

Lo que hace la cápsula es captar la humedad. Tiene una cubierta porosa que cuando sube la temperatura provoca una diferencia de presión, de dentro hacia fuera, que es lo que provoca que vaya soltando los nutrientes que tiene en su interior. ICL Iberia está muy bien posicionada en Almería y Murcia.



■ Personal de HM Clause con sus novedades en tomate cherry. /Rafa Villegas

LA FERIA EN FOTOS



■ Espacio expositor de Codiagro en la feria madrileña. /Rafa Villegas



■ Henry Smienk, responsable de Marketing, y Julián Arnedo, socio principal de Ramiro Arnedo. /R. V. A.



■ Vicasol ha presentado en la feria su gazpacho y demás delicias. /R. V. A.



■ BASF tampoco se quiso perder Fruit Attraction este año. /R. V. A.



■ Visita del alcalde de El Ejido y el concejal al stand de La Unión. /R. V. A.



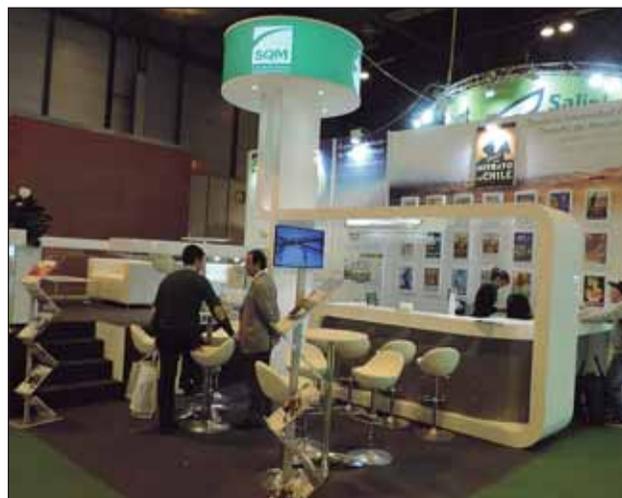
■ Visita de la consejera de Agricultura al espacio expositor de Granada La Palma.



■ Juan Segura Morales, presidente de Coprohnijar, en el stand de la cooperativa en la feria. /R. V. A.



■ Grupo Fashion estuvo presente con este stand en Madrid. /R. V. A.



■ SQM ofreció su amplia gama de productos en el IFEMA. /R. V. A.



■ Stand de Timac Agro en la séptima edición de la feria. /R. V. A.

GRAN ACOGIDA

Los bioestimulantes de Seipasa, producto estrella del sector fitosanitario en la feria

La gran acogida de los nuevos bioestimulantes de SEIPASA y la creciente confianza depositada en los biopesticidas y nutricionales marcaron la pasada edición de Fruit Attraction en lo que al sector fitosanitario se refiere.

La marca SEIPASA aporta seguridad y eficacia y así lo entendieron los cientos de visitantes que se acercaron al stand de la empresa de referencia en tratamientos naturales para la agricultura libre de residuos. Allí pudieron conocer mejor las soluciones de SEIPASA específicas para hortalizas, fruta de hueso, uva, cítricos, berries, cereales, etc. Con más afluencia que nunca, el espacio de SEIPASA se mantuvo intensamente activo durante todo el certamen.

RENDIMIENTO Y CALIDAD

En esta gran cita del sector hortofrutícola quedó patente el interés en aumento de los productores agrícolas por los formulados bioestimulantes, dado que su uso se traduce en altos rendimientos del cultivo y aumento de la calidad de los frutos. Es por ello que se acercaron a co-

nocer de primera mano el potencial de la última generación de bioestimulantes de SEIPASA, lo que fue posible tanto desde el stand como mediante la ponencia que la Dirección Técnica de la empresa ofreció sobre 'Las claves de la bioestimulación'.

La variedad es amplia. De entre todas las referencias, Kynetic4[®] supone la más completa para un amplio abanico de cultivos. Su aplicación favorece tanto la floración como la polinización y fecundación, así como asegura un óptimo cuajado. Además, los cultivos logran una mayor capacidad de adaptación ante condiciones de estrés.

En gramíneas, SEIPASA ha diseñado una solución específica, Till-up[™], para lograr un mayor ahijado y, por tanto, mayor producción. Su empleo en estadios primitivos del crecimiento del vegetal potencia aún más el poder bioestimulante de Kynetic4[®] en posteriores etapas.

Otro bioestimulante de nueva generación presentado en Fruit Attraction es Sweetsei[™], dirigido a inducir y favorecer

el incremento de azúcares, la maduración y el engorde del fruto.

En cuanto a Seiland[®], actúa desde las raíces, fortaleciendo el sistema defensivo al mismo tiempo que estimula al cultivo para superar el ataque de nematodos y/o enfermedades del suelo, mientras que Seisil[™] evita la penetración de hongos patógenos en el cultivo.

LUCHA CONTRA LAS PLAGAS

Otro foco de interés entre los visitantes de Fruit Attraction fueron los éxitos en I+D+i logrados por SEIPASA en tratamientos naturales contra plagas y enfermedades. Los asistentes pudieron valorar los resultados de distintos estudios y ensayos oficiales de eficacia realizados con varios productos especializados en esta materia.

Pero el escaparate de SEIPASA en Fruit Attraction no fue el único en presentar las soluciones naturales más efectivas, ya que, coincidiendo con el certamen, Televisión Española emitió en La 1 un reportaje sobre el proceso de fabricación de un biopesticida de



■ Espacio expositor de Seipasa en Fruit Attraction 2015.



■ Seipasa, una empresa muy cercana.

SEIPASA. Se pudo ver concretamente en el conocido programa 'Fabricando: Made in Spain'.

(Ver programa en: <http://www.seipasa.com/noticias/seipasa-en-fabricando-made-in-spain-de-tve1-ver-programa/>).



**Semilleros
LAIMUND S.I.**

950 48 66 11

Semillero con más de 30 años de experiencia.

PLÁNTULAS HORTÍCOLAS - INJERTOS - PLANTAS ECOLÓGICAS - PRODUCCIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES

www.semilleroslaimund.es

El Ejido, Almería: Paraje Cuatro Vientos, N°289
Nijar, Almería: Autovía Mediterráneo, salida 471.
Cruce Barranquete - San Isidro - El 21
Tel: 950 48 31 83



LA FERIA HORTOFRUTÍCOLA ESPAÑOLA POR EXCELENCIA



■ José Rodríguez Cruz, gerente de Biotec Family, con parte de su equipo en Fruit Attraction.



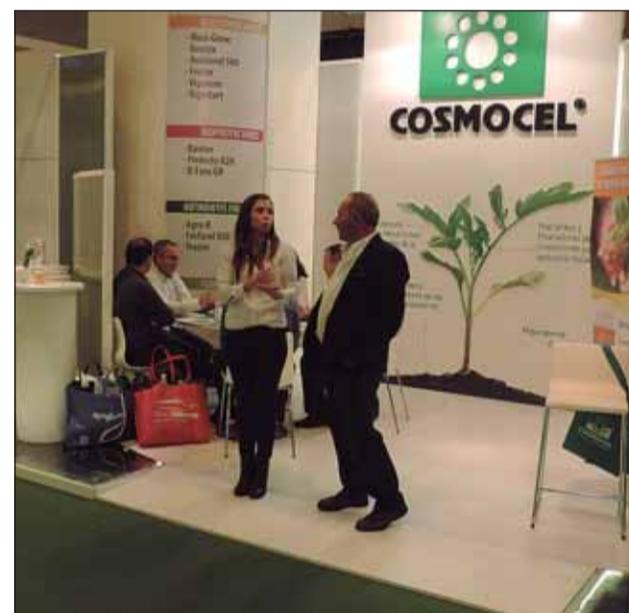
■ Laura Martín y José Luis Ruiz, de Biosabor, con una amiga.



■ Idai Nature ha ofrecido sus soluciones naturales. /R. V. A.



■ Saliplant expuso en un stand abierto y muy llamativo. /R. V. A.



■ CosmoCel, fiel a su cita, también expuso en IFEMA. /R. V. A.

RENOVACIÓN

AFCO optimiza el embalaje agrícola con su nuevo sello de calidad UNIQ

La Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado (AFCO) aprovechó su participación en Fruit Attraction 2015 para dar a conocer a clientes y medios de comunicación, entre ellos a FHALMERIA, su nuevo sello de calidad UNIQ.

AFCO se ha propuesto optimizar los envases y embalajes de cartón ondulado y lo ha conseguido. Lo que se ha logrado con UNIQ, como han explicado Juan Mendicote y Patricia Vallejo-Nájera, director técnico de AFCO y directora de Comunicación de la Asociación, respectivamente, es configurar una nueva clasificación de los envases, en función de los tiempos de

transporte y estandarización de medidas.

Además, la calidad está garantizada con UNIQ. Y es que, AFCO ha puesto en marcha toda una serie de auditorías, tanto en origen como en destino, para confirmar la excelente calidad del envase.

El lema de la nueva campaña recuerda todo lo que el sector busca en un envase para que sea perfecto, como es que ofrezca la mayor calidad técnica e innovación, que sea resistente y que proteja el producto que ha de guardar en su interior. El lema es: 'Todos soñamos con algo, ¿tú con qué sueñas?'. Y es que, como explican desde AFCO, todos estos requisitos eran "un sue-

ño para el productor y el comercializador de frutas y hortalizas. Ahora ya es una realidad".

El mercado de los envases y embalajes de cartón está en continua evolución. Es por ello que AFCO ha apostado por ofrecer este importante sello de calidad, UNIQ, con el que ofrecen y, no menos importante, garantizan eficiencia, innovación, adaptabilidad y sostenibilidad. Con estas prestaciones, lo que queda claro es que los envases y embalajes de cartón ondulado que ofrecen las empresas asociadas a AFCO se adaptan a la perfección a las necesidades reales de los clientes de hoy.

UNIQ distingue familias de cajas de tejadillo y columna, cla-



■ Patricia Vallejo-Nájera y Juan Mendicote en el stand de AFCO en la feria. /R. V. A.

sifica los embalajes en función de la duración desde el envasado hasta el destino y apuesta por la estandarización de medidas para simplificar procesos y facilitar su manipulación y apilado.

Además, UNIQ contempla tres clases de cajas: la E (Exportación), para un máximo de tres

días de duración de uso de la carga paletizada, la L (Larga distancia), para un máximo de seis, y la U (Ultramar), para más de seis.

UNIQ estandariza también las dimensiones exteriores, simplificando la logística, como demanda el mercado, y siguiendo la norma Common Footprint.

El futuro está en nuestras manos

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

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

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



Redhimarcan: la información total de las unidades de producción con conexión a tiempo real de parámetros de suelo, clima y riego simultáneamente

El Modelo Almería se ha sostenido gracias a las instalaciones de riego, la mejora de estructuras y el avance en biotecnología

■ José Manuel Pérez

DISPERSIÓN DE LA TÉCNICA

La parte negativa del desarrollo de la tecnología en Almería es la dispersión. El crecimiento de esta agricultura estará basado en crecimientos por impulsos del 5 - 10%. A cada acción técnica que llevemos a cabo se le sumará ese porcentaje, pero si no se unifica, resultarán negativos o neutros, con la consiguiente frustración que conlleva; si somos capaces de diseñar e instalar las tecnologías sumatorias, incrementaremos la producción, la calidad y el prestigio de nuestras unidades productivas, sobre todo con el control exacto de la producción.

HISTORIA

La primera etapa tecnológica fue liderada por las instalaciones de riego, después se empezaron a mejorar las estructuras y, sumándole el avance de la biotecnología (nuevas variedades más resistentes y productivas), esto nos llevó a producir de 4 kg/m² de pimiento a du-



plicar la producción, por poner un ejemplo; gracias a ello, el Modelo Almería se ha sostenido.

Ahora tendremos que seguir incrementando la productividad, aumentando la calidad y el bienestar del productor. Pero este incremento ya no es espectacular como fue hace 20 años atrás. Ahora hay que hilar fino para conseguir sumar los

pequeños incrementos de producción y calidad.

AVANCES TÉCNICOS HISTÓRICOS

1. Los sustratos crearon unas grandes expectativas e hicieron mejorar los sistemas de riego con ordenadores de control, adaptándolos a las necesidades locales.

2. Las estructuras del invernadero mejoraron con ventilación y aumentando el volumen, pero sin una buena gestión de ese volumen.

3. Se introduce la microfauna o insectos para controlar las plagas, coexistiendo con el control un poco caótico del control del invernadero.

Estos avances, que podrían ha-

ber sido decisivos para la consolidación del sistema productivo almeriense, están acompañados de luces y sombras.

LA FALTA DE UNIFICACIÓN Y DE CONTROL LLEVA A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS A PROVOCAR RECHAZO

Hay falta de criterio a la hora de es-



■ Riego. /FHALMERÍA



■ Cultivo de tomate en hidropónico. /FHALMERÍA



■ Mariquita. /FHALMERÍA

RIEGO

tablecer un nuevo invernadero, como ¿cuánta ventilación necesita?, ¿qué tipo de ventanas?, ¿qué dirección?, ¿qué humedad?

En el sistema de riego: ¿qué suelo tenemos?, ¿qué tipo de goteros?, ¿cómo regamos?, ¿cuánto regamos?

Hay que repetir la instalación de insectos beneficiosos porque no tenemos controles de temperatura, humedad, ventilación, etc.

¿POR QUÉ? No hay un control unificado de las tecnologías aplicadas ni una información global.

LA INVASIÓN DE LOS SENSORES

El freno que supone avanzar técnicamente está unido a los pequeños fracasos de establecimiento.

Por nombrar algunos de ellos:

1. La marcha atrás de los sustratos está unida a deficiencias en el riego y falta de ajustar la técnica en los mismos.

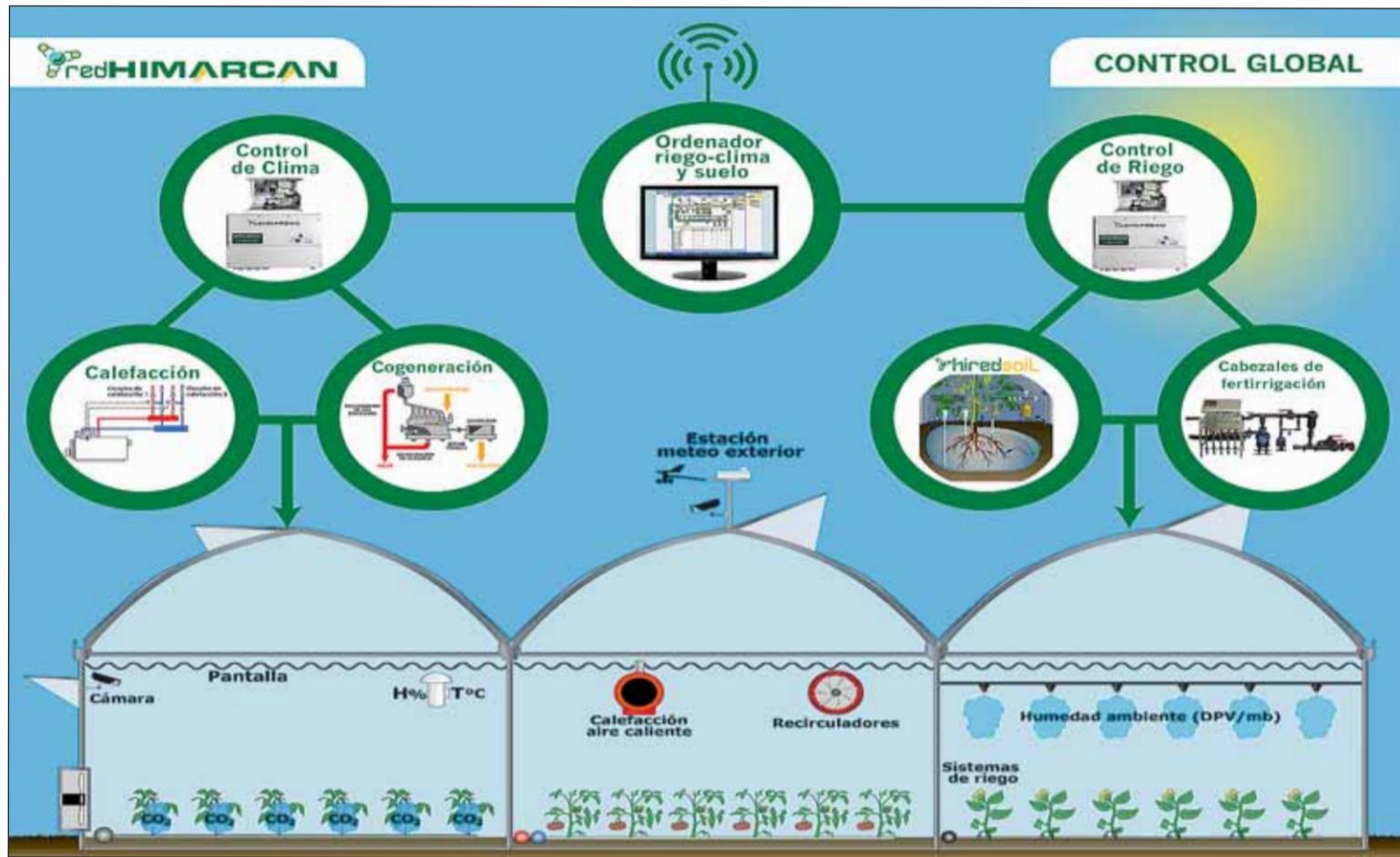
2. La falta de establecimiento de algunos insectos es por las condiciones de humedad y temperatura, para que tengan el hábitat más adecuado.

3. El control de clima fracasó porque se introdujo con el aparato más inadecuado para gestionarlo, que fue el extractor o ventilador de banda.

Si vamos sumando, vemos el poder negativo que han ido creando elementos sueltos y dispersos, sin ningún control, por un afán solo comercial, sin medir las consecuencias técnicas. En vez de sumarle al sistema productivo, le ha restado.

LA INVASIÓN DE LOS SENSORES

Actualmente, asistimos a otro terremoto que es la invasión de los sensores al sistema productivo. Varias docenas de empresas y



■ Esquema de un invernadero. /FHALMERÍA



vendedores invaden el campo con todo tipo de sensores y mucho me temo que va a obstruir y saturar en muy poco tiempo una de las actividades técnicas que podría coronar el control exhaustivo de la producción.

Estos sistemas solo son viables en manos de empresas que

han creído en la tecnología práctica, sencilla, robusta, con una experiencia de más de 30 años en sensores y en control y con una investigación de abajo hacia arriba, con una visión global del sistema productivo (invernadero) o cultivo con técnicos solventes para aconsejar al pro-

ductor y no crear falsas expectativas.

UNA LLUVIA DE INFORMACION Y DATOS ¿PARA QUÉ?

El beneficio del agricultor de aquí en adelante estará en cómo gestione su explotación, cómo gestione sus recursos, cómo controle su

consumo, sus gastos en agua, abonos, productos, cómo controle su producción. El beneficio no solo dependerá del precio de la venta, sino que estará en el control del gasto. Con la instalación de cuatro sensores y cientos de datos, no crean que se solucionará el control técnico de esta agricultura.

AGROLIRIS

Creecemos con la agricultura

