



LAS EMPRESAS QUE REPRESENTAN A LA PROVINCIA MOSTRARÁN SUS ÚTIMOS AVANCES APLICADOS A LA PRODUCCIÓN

# La mayor oferta hortofrutícola del mundo la ofrece Almería en Fruit Attraction 2018

La feria de Madrid se ha convertido en un escaparate único para los 3.000 millones de toneladas de frutas y hortalizas que produce el sector agrícola almeriense anualmente



### 6 DIETA MEDITERRÁNEA

Almería elegida como Capital Española de la Gastronomía para 2019

### 100 - 101

### MURCIA

La Región de Murcia, una de las mayores zonas productoras y una de las grandes protagonistas de Fruit Attraction

### 3 RECURSOS HÍDRICOS

La horticultura almeriense necesita casi 240 hm<sup>3</sup> para garantizar su supervivencia

### 11 Seguimiento de cultivos



### 29 10 years fruit attraction

**PORQUE CADA DETALLE CUENTA**

*Profesionalidad, Confianza y Experiencia*

**REGALO de un CRUCERO POR EL MEDITERRÁNEO por gentileza de Diamond Seeds (ver en página 34)**

**DIAMOND SEEDS®**  
*The art of sowing*

www.diamondseeds.com



**Tomato-Adora**<sup>®</sup>  
PASIÓN POR EL SABOR



Visítanos en el  
**Stand 9Bo8**



Follow us: [www.tomato-adora.com](http://www.tomato-adora.com)

# 01 Actualidad

## La agricultura almeriense necesita casi 240 hm<sup>3</sup> para garantizar su supervivencia

El último informe de la Mesa del Agua de Almería, de este mes de octubre, insiste en la necesidad de incrementar la desalación, la reutilización de aguas terciarias y no renunciar a los trasvases, en el horizonte 2030

□ Almudena Fernández

La Mesa del Agua de Almería ha presentado este mes de octubre su último informe de situación y propuestas para resolver el déficit hídrico de la provincia. En el documento se concluye que, hasta 2030, la agricultura almeriense necesitará aumentar sus recursos hídricos con 237 hectómetros cúbicos que llegarán de tres pilares básicos: la desalación, la reutilización y los trasvases.

En este sentido, una de las medidas prioritarias que establece este informe de la Mesa del Agua de Almería es la de establecer un precio para el agua desalada de 0,30 euros/m<sup>3</sup> y dar así cumplimiento a la Ley 1/2018 en lo relativo a la rebaja de este precio. No en vano, desde esta organización provincial ya han manifestado en varias ocasiones su disconformidad con que los regantes de Murcia y Alicante sí puedan contar con medidas compensatorias en cuanto al agua desalada que, sin embargo, no llegan al campo almeriense.

### Desalación

En cuanto a la desalación, la Mesa del Agua considera prioritario du-



Balsa de riego del campo almeriense. /IFHALMERIA

plicar la capacidad de producción de la desaladora de Carboneras, pasando de 42 a 84 hm<sup>3</sup>, lo que permitiría beneficiar a regantes de Níjar, Levante y el campo de Tabernas. Igualmente, piden la construcción de una desaladora en el Bajo Almanzora (de 30 hm<sup>3</sup>) y reparar la de Villaricos, pasando de 15 a 20 hm<sup>3</sup> de capacidad.

En el Bajo Andarax, se necesita una concesión para usar tres hm<sup>3</sup> de la desaladora de Almería como complemento, mientras que en el Poniente consideran necesario incrementar en 10 hm<sup>3</sup> la concesión de agua para el Campo de Dalías. Todo ello, además, completado con la puesta en marcha de la desaladora en la Balsa del Sapo, que

tiene previsto ofrecer hasta 8 hm<sup>3</sup> al año.

### Depuración y trasvases

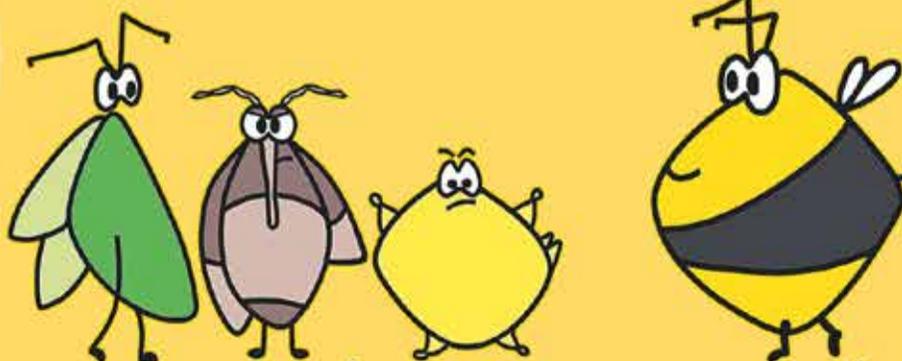
El segundo de los pilares sobre el que se sustenta el aporte hídrico a la agricultura almeriense se basa en la depuración. En este sentido, la Mesa del Agua reclama a la Junta de Andalucía la construcción de

tratamientos terciarios en todas las depuradoras para facilitar la reutilización en el riego agrícola. En este sentido, en el Poniente debe completarse la reutilización con las nuevas concesiones de uso de aguas depuradas de Roquetas y Vícar. En el Levante, en Níjar, se espera disponer de hasta un metro cúbico anual con la puesta en servicio de la nueva depuradora de El Cautivo.

En tercer lugar, la Mesa del Agua no quiere renunciar a los trasvases, por lo que reclama la dotación completa de 15 hm<sup>3</sup> para riego que le corresponden a Almería del trasvase Tajo-Segura y que, en la actualidad, solo llega la mitad.

En definitiva, la propuesta de la Mesa del Agua viene a incidir en la necesidad de instaurar un nuevo modelo de riego que deje de estar sustentado en los acuíferos y que responda a las nuevas exigencias de los mercados hortofrutícolas; no en vano, las necesidades hídricas en el horizonte 2030 serán mayores que el déficit hídrico actual. En este marco, insisten en la importancia de finalizar el proyecto de la 'Autovía del Agua' con el fin de interconectar los recursos de la provincia.

  
Agrobío  
· soluciones biológicas ·



**CONTROL BIOLÓGICO Y BIOPOLINIZACIÓN**

Fauna auxiliar para controlar las plagas de los cultivos  
y colmenas de abejorros para biopolinización

agrobio.es



## Opinión



ELENA SÁNCHEZ

**U**n año más, Fruit Attraction cita en Madrid a los exportadores e importadores de frutas y hortalizas de todo el mundo. Es un evento donde el negocio prevalece por encima de todo.

Esta feria ha ayudado mucho a los exportadores almerienses a vender su producción, no en vano la marca Almería tiene un peso enorme en la cita de Madrid.

Los avances tecnológicos han favorecido la relación entre clientes. Ahora proveedores e importadores se conocen mejor y realmente la feria se ha convertido en una muestra de posibilidades para captar la atención del consumidor final teniendo presente las exigencias de la sociedad actual.

En la feria de este año, además de ver nuevos productos cultivados en el campo, también vamos a conocer nuevas formas de embalar las hortalizas con el objetivo de evitar que las bolsas de plástico sigan contaminando el medioambiente. La dieta mediterránea va a mostrar su poder, una vez más para garantizar la salud humana. Este argumento es uno de los más poderosos para que los cultivos tengan un futuro prometedor en Almería, uno de los pocos lugares del mundo donde se pueden cultivar en pleno invierno, y no en primavera que es su fecha normal.

Las multinacionales de semillas han apostado por ayudar a exportadores y productores en su labor de convencer al cliente

## Vuelve la feria de los negocios

**JOSÉ ANTONIO GUTIÉRREZ**  
PERIODISTA



final de que los vegetales son la mejor opción para una vida sana.

Es cierto que la cocina se ha puesto de moda en España y un año más veremos los stands llenos de chefs cocinando de muy diferentes maneras los productos de la huerta para satisfacción de los miles de comensales que deambularán los pasillos de los pabellones previstos para este evento.

En esta edición se mostrará el gusto por lo natural, lo ecológico, lo bio y lo saludable en los mensajes que lancen las empresas que venden productos para que los agricultores puedan cultivar mejor sus hortalizas. Este año se va a prestar especial atención a

lo que se conoce como 'Big Data', que es aquello que aglutina todos los datos posibles tratados con dispositivos informáticos que permitirá conocer las tendencias en el consumo, lo que prefieren los consumidores y muchos datos más conseguidos gracias al análisis permanente del comportamiento humano en relación con los hábitos de consumo.

Se va a hablar mucho de la venta por internet de productos frescos de la agricultura. Hay quien augura una caída total de los intermediarios gracias a una posible oferta cibernética de frutas y hortalizas. Así mismo, se comenta ya que aquellos que no consigan tener productos de máxima calidad no podrán acceder al mercado por el simple y directo rechazo del consumidor final. Es muy posible que en un futuro no muy lejano veamos carritos de la compra donde colocar el Iphone con lector de código de barra que nos permitirá ver los comentarios de los consumidores sobre aquel producto que queremos

comprar, algo así parecido a lo que vemos en las páginas que nos permiten contratar hoteles que recogen las opiniones de los usuarios de los mismos.

El negocio de las frutas y hortalizas avanza muy rápido. En Fruit Attraction 2018 lo vamos a ver con toda seguridad.

¡Feliz feria y buen negocio a todos!

**fhalmería**

EDITA: Visofí Iniciativas, S.L.  
Paseo de Santa María del Águila, 58 - 2º E  
04710 SANTA MARÍA DEL ÁGUILA - EL EJIDO  
E-mail: [info@fhalmeria.com](mailto:info@fhalmeria.com);

Director: **José A. Gutiérrez Escobar**  
[fhalmeria@fhalmeria.com](mailto:fhalmeria@fhalmeria.com)

REDACCIÓN:

• **Elena Sánchez García**  
([redactor2@fhalmeria.com](mailto:redactor2@fhalmeria.com))

• **Rafael Villegas Alarcón**  
([redactor3@fhalmeria.com](mailto:redactor3@fhalmeria.com))

• **Almudena Fernández Villegas**  
([redactor1@fhalmeria.com](mailto:redactor1@fhalmeria.com))

• **Jessica Valverde Soriano**  
([redactor4@fhalmeria.com](mailto:redactor4@fhalmeria.com))

Tfís.: 950 571 346 - 628 080 260 - Fax: 950 572 146

Maquetación: Nemesio Pascual

DEPARTAMENTO COMERCIAL Y PUBLICIDAD:

• **Caterina Pak y Sara Gil**

Auxiliar Administración: **Inna Pak**  
Tfís.: 950 571 346 - 679 464 490

E-mail: [publi@fhalmeria.es](mailto:publi@fhalmeria.es)

[comercial@fhalmeria.com](mailto:comercial@fhalmeria.com)

WEB: [www.fhalmeria.com](http://www.fhalmeria.com) - [www.fhalmeria.es](http://www.fhalmeria.es)

## Actualidad

# Growing for the future, un proyecto de Certis comprometido con una agricultura sostenible y rentable

□ fhalmería

En la actualidad, los productores de frutas y hortalizas españoles tienen que hacer frente a una serie de requisitos establecidos por las cadenas de distribución: Límite Máximo de Residuos (LMR's), cantidad de materias activas, etc., que, en todos los casos, son más restrictivos que los que imponen las propias normativas europeas.

Para facilitar a los agricultores cumplir con estos requisitos, Certis, a través del proyecto estratégico Growing for the future, pone a su disposición esta propuesta de valor y diferenciación fundamentada en programas de tratamientos a base de productos bio-rationales, (productos registrados por el MAPAMA, certificados en agricultura ecológica y exentos de LMR's) que, además de cumplir con los requisitos de las cadenas de distribución, son eficaces para el control de las principales plagas y enfermedades.



De izqda. a dcha., Antonio Altea (delegado comercial de Certis en Almería), Pedro Juan Serna (Country Manager Certis España) y Leo González (técnico de campo de Certis en Almería).

Growing for the future es un proyecto bajo los parámetros de sostenibilidad, seguridad alimentaria y confianza del consumidor en el modelo productivo.

Para conseguir estos objetivos, Certis trabaja diariamente con sus partners estratégicos: Looije, Su-

rinver, Kernel, Granada La Palma, Murgiverde, Unica Group, Vicasol, CASI, etc.; para que sus técnicos sean conocedores de los programas de tratamientos Growing for the future y los productos bio-rationales aplicados en ellos. Estos trabajos se focali-

zan en los siguientes objetivos:

- Cumplir con las exigencias actuales y futuras de supermercados y retailers europeos en cuanto a LMR's y número de materias activas.
- Dar a conocer y extender los protocolos de Growing for the

future (basados sobre todo en productos bio-rationales de Certis que no dejan residuos en frutos y hortalizas) a los productores de cultivos de alto valor de Almería y Murcia.

- Identificar, invertir y desarrollar nuevos productos que puedan ser registrados e integrados en los programas IPM Growing for the future.

La experiencia desarrollada en Certis y sus partners a lo largo de estos años, en los cultivos de invernaderos de Almería y Murcia, demuestra que los programas son exitosos y se dirigen hacia la excelencia en los ámbitos de la agricultura ecológica y sostenible, aportando un alto grado de cumplimiento de los objetivos planteados.

Para conocer más en detalle el programa de Certis, se puede visitar la web [www.certiseurope.es](http://www.certiseurope.es). También en Facebook, Twitter, Instagram, Google+ y su canal de Youtube.



PRODUCCIONES  
SEGURAS PARA  
CONSUMIDORES  
EXIGENTES



## Actualidad

RETO CONSEGUIDO

# Almería celebra su elección como Capital Española de la Gastronomía para 2019

Mucho ha tenido que ver la excelencia de sus productos hortofrutícolas, que destacan por su calidad y excelente sabor

□ **Rafa Villegas**

La ciudad de Almería y toda la provincia están de enhorabuena. Y es que, el pasado 17 de octubre fue elegida Capital Española de la Gastronomía para el próximo año 2019, una oportunidad única para mostrar otra de las singularidades que enamoran cada año a más turistas de todo el mundo. Mucho ha tenido que ver en la elección la excelencia de sus productos hortofrutícolas, que destacan por su calidad, excelente sabor y, no menos importante, cultivos sostenibles medioambientalmente.

El jurado del galardón valoró que “el proyecto almeriense cuenta con un respaldo institucional sin fisuras, un apoyo con más de 10.000 cartas de adhesión, una oferta de tierra y mar excelente, un modelo productivo revolucionario, que es un compromiso de sostenibilidad, y una cocina creativa que combina tradición e innovación”.

La sociedad almeriense ha remado unida para conseguir un reconocimiento más que merecido. La singularidad de la gas-



La Plaza Vieja de Almería ya luce una lona en la que se visualiza el logro conseguido.

tronomía almeriense, que une a sus hortalizas pescado fresco y marisco de la máxima calidad, así como los mejores embutidos, quesos excepcionales, jamón de primera, carnes exquisitas, como la del cordero segureño o platos tradicionales como las migas, gachas, olla de trigo, caldos, potajes e infinidad de sopas, unido a las tan aclamadas tapas, han hecho a la ciudad de Almería merecedora de la distinción.

Durante el acto de elección, la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, destacó que “Almería es la provincia del tapeo por excelencia”. Al respecto resaltó que “es una manera particular y peculiar de disfrutar de la cocina tanto tradicional como innovadora que hoy por hoy se ha convertido en un hábito muy arraigado y en un reclamo turístico indiscutible”.

El alcalde de Almería, Ramón Fernández-Pacheco, se mostró

muy orgulloso del logro y recordó que “casi 20 años después de que el entonces presidente del Comité Internacional de los Juegos Mediterráneos, Amar Addadi, pronunciara el célebre ‘la ville d’Almería’, el nombre de nuestra ciudad y provincia vuelve a resonar por un evento singular que forma parte ya de nuestra historia colectiva”.

Ahora, como explicó el regidor almeriense, “tenemos por

delante tres meses hasta que recibamos el testigo en FITUR. Este tiempo lo vamos a dedicar a ordenar ideas, seguir sumando apoyos y sentar las bases para que todo salga como hemos diseñado y como se merece Almería”.

Para celebrar el galardón, el alcalde de Almería emplazó a todos los almerienses, “de la ciudad y de toda la provincia, a que nos acompañen el viernes 26 de octubre, a partir de las nueve de la noche, en una fiesta abierta que hemos llamado ‘Almería 2019 Has No Limits’ y que tendrá lugar en la Plaza Vieja desde las nueve de la noche con un concierto del grupo ‘Music Has No Limits’”.

La Plaza Vieja de la ciudad luce ya una gran lona en la que se visualiza el logro conseguido.

La presidenta de la Junta de Andalucía, Susana Díaz, publicó un tweet, nada más conocerse la elección de la ciudad de Almería como Capital Española de la Gastronomía para 2019. Quiso felicitar a todos los almerienses por la consecución y se comprometió públicamente a respaldar desde la Administración autonómica las iniciativas que se organicen.

ANTE NOTARIO EN EL EJIDO

## HM.CLAUSE realiza el sorteo de unas vacaciones inolvidables

La papeleta agraciada en esta ocasión fue la número 09338

□ **R. V. A.**

La casa de semillas HM.CLAUSE sorteó en la mañana del pasado 28 de septiembre, ante notario, unas inolvidables vacaciones al destino que elija el agraciado. El número extraído y, por lo tanto, el vencedor fue en esta ocasión, el 09338.

Cabe recordar que HM.CLAUSE ha dado una papeleta para participar en el sorteo por cada mil semillas vendidas de

cualquiera de sus variedades de tomate entre los días 15 de mayo y el 15 de septiembre.

El sorteo se llevó a cabo ante el ilustre señor notario Eduardo Echeverría Soria en la ciudad de El Ejido.

Con la presencia de FHALMERÍA, durante el sorteo también estuvieron presentes dos representantes de la multinacional de semillas. Concretamente se trató de Bonifacio Sánchez, responsable de ventas de HM.CLAUSE en la provincia de Almería, así

como de José Miguel Reyes, responsable de Marketing de la casa de semillas.

No es la primera vez que HM.CLAUSE premia la confianza depositada en ellos por sus agricultores con la organización de un sorteo. Sin ir más lejos, recientemente la multinacional de semillas sorteó un vehículo Ford Kuga.

Se trata, sin duda, de una muestra más del agradecimiento de HM.CLAUSE ante la excelente respuesta que tienen siempre los agricultores con sus semillas.



Bonifacio Sánchez, Eduardo Echeverría y José Miguel Reyes. / RAFA VILLEGAS

## Actualidad

# Mallas agrícolas Meteor Nets en Politiv Europa

□ fhalmería

**M**eteor Nets es una empresa creada en 1983 en Israel con el fin de desarrollar productos para la protección de las plantas que colaboren en rendimientos máximos y también en ahorro de costes. A lo largo de los años, Meteor Nets se convirtió en líder en el desarrollo de estas soluciones agrícolas de mallas agrícolas. Soluciones que apuntan principalmente al control de insectos y al control de crecimiento de las plantas, también al ahorro del consumo de agua en algunos cul-

tivos, a la vez que, sometidas a severas condiciones climáticas y cumpliendo con estándares internacionales.

Meteor Nets fue adquirida por la empresa de plásticos agrícolas de Israel, AA Politiv, que tiene su empresa subsidiaria Politiv Europa centrada en El Ejido, Almería. Con el fin de ofrecer la solución completa para los invernaderos: los plásticos y las mallas. Actualmente, la fábrica está invirtiendo en una nueva planta y nuevas líneas de producción que llevarán a Politiv a poder proveer en 2019 alrededor de 50 millones de metros cuadrados de mallas.



Las soluciones y productos desarrollados se aplican a un amplio rango de la producción agrícola, desde vegetales, frutales hasta hortalizas y producción intensiva bajo plástico.

Todos los productos tienen una garantía de 5 años. El rango de opciones abarca características en las mallas de:

- Prevención de insectos, usando mallas de alta densidad, con o sin protección UV.
- Foto-selectividad, para una mejora en la protección anti insectos, basado en la desorientación bio-técnica.
- Altas fuerzas de tracción, para protección de frutales de granizos y pájaros.
- Colores para el control del crecimiento de la planta y de quemados de la luz solar.

Las mallas más utilizadas en esta área de España de producción bajo plástico son las mallas anti-insectos o también conocidas como anti-trips. Son mallas de alta densidad en el cruzado de los hilos que impiden el paso de pequeños insectos que transmiten enfermedades dentro del invernadero.

Tan importante como la cantidad de hilos que tiene la malla es el área cuadrada entre los hilos. Hay que tener en cuenta la estructura del invernadero y elementos auxiliares de ventilación a la hora de decidir cuán densa es la malla, porque la ventilación se verá afectada por esto.

Las mallas anti-insectos pueden ser blancas (transparentes) o negras, las que aportarán mayor sombreado a la vez.

**METEOR**  
Agricultural Nets

La opción innovadora es la malla Bionet, que va más allá de la densidad de los hilos (que es de 10x20) que provee protección física y añade la protección óptica a través de aditivos que se usan en la producción de hilo de la malla para bloquear una parte de la radiación solar que atraviesa la malla, causando una desorientación en los insectos que consiguen entrar, con lo que no llegan al cultivo y mueren. Bionet ofrece protección en contra de la mosca blanca, áfidos, trips, minadores, ácaros y otros insectos. (Bionet es una marca registrada).

**POLITIV**  
EUROPA

**PLÁSTICOS QUE PROTEGEN TU CULTIVO  
CON LA MÁS ALTA TECNOLOGÍA**

MATERIAS PRIMAS DE 1ª CALIDAD

TEL. 639 147 885

## Actualidad

# Seminis y De Ruiter presentan sus novedades en tomate y melón en Fruit Attraction

□ Rafa Villegas

**S**eminis y De Ruiter participan una edición más en Fruit Attraction. En esta ocasión, como explicó Miguel Sánchez, responsable de la Cadena, darán a conocer novedades tan importantes como su tomate Relevo o sus melones piel de sapo Portús –para Murcia-, Roncero –para La Mancha- y un mini para exportación que estrena la línea ‘seMinis’, sin olvidar referencias tan importantes en tomate como Laujar y Zirconyta.

## Relevo, Laujar y Zirconyta

La gran novedad en tomate de Seminis, Relevo (SVTH3001), se presentó oficialmente en Mazarrón, en una jornada de campo, el pasado 10 de octubre. Ahora, la marca de semillas hará lo propio en Fruit Attraction.

Relevo es un tomate tipo canario que, entre malla e invernadero, se puede cultivar durante todo el año en las zonas de Mazarrón y Águilas, en la Región de Murcia. En concreto, se trata de una variedad ideal para trasplantes de malla en los meses de mayo, junio y julio, así como se adapta a la perfección a cultivos de primavera y trasplantes bajo plástico en agosto y septiembre.

Relevo ofrece al agricultor una planta con buen vigor, cobertura de fruto y sanidad, a lo que se suma un cuaje excelente, tanto con calor como con frío. Con entreno muy corto durante todo el ciclo, esta variedad presenta una elevada productividad neta, sin prácticamente nada de destrío. Esta novedad de Seminis también destaca por su excelente calidad, uniformidad en tamaño y forma durante todo el ciclo, un calibre ideal (M-G), un color rojo intenso en su punto óptimo de maduración y ausencia de microcracking. Pero si hay un aspecto en el que este tomate resalta muy especialmente es, sin duda, en aguante en planta y en poscosecha.

Especial protagonismo también tendrán en la feria las variedades Laujar y Zirconyta. Respecto a Laujar, referente para productores en ecológico se trata de la única rama existente en el mercado para calor, ideal también para recolección en suelto, con un



■ Miguel Sánchez, responsable de la Cadena de Seminis. / RAFA VILLEGAS



■ José Guirado, responsable de Desarrollo de Melón en Seminis Ibérica. / RAFA VILLEGAS

cuaje excepcional, excelente paquete de resistencias, así como productividad, uniformidad durante todo el ciclo y muy buen color. Desde Seminis recomiendan su trasplante del 15 de julio al 15 de agosto, así como durante toda la primavera.

En cuanto a Zirconyta, como explicó José Luis Pérez, responsable comercial de Seminis en Andalucía Oriental y Canarias, se trata de una variedad de tomate cherry para suelto muy competitiva y de buen color que se caracteriza por tener el mayor porcentaje de calibre comercial para exportar, un color excelente y, sobre todo, una dureza que, sin embargo, va acompañada de grados Brix. De media, Zirconyta tiene entre 1 y 2 grados Brix más que el principal referente del mercado. Es una alternativa más que está siendo muy bien recibida por par-

te de los agricultores. Pérez dejó claro que “es un tomate que satisface al agricultor, a la comercializadora, a la Gran Distribución y al consumidor final. Hemos hecho durante todo el año envíos sistemáticos de esta variedad a las cadenas de supermercados y ha gustado a todas ellas”.

El resto del catálogo de tomate con variedades como Ventero, el cherry amarillo SV0948TS o el cherry naranja Orange West, también se mostrarán en Fruit Attraction.

## Piel de sapo

Seminis también presentará sus grandes novedades este año en melón piel de sapo, como es el caso de Portús –para Murcia-, Roncero –para La Mancha- y un mini para exportación que estrena la línea ‘seMinis’. Estas tres variedades están cubiertas bajo el

paraguas de ‘La nueva piel’ de Seminis, concepto que incide en la gran apuesta realizada por la casa de semillas por el sabor.

Como en el caso del tomate, Seminis también hará referencia en Fruit Attraction a otras variedades de melón, como es el caso de los Galia que forman parte de la gama ‘Cyro Line’, en especial del SV5133MG, Robredo y Verdaco además del cantaloup con sabor Sugarlup.

## Otros productos

A las novedades y resto de catálogo de Seminis en tomate y melón se suman variedades de pimiento, pepino, sandía y brócoli más que conocidas y apreciadas en toda la cadena agroalimentaria.

En el caso del pimiento, Seminis hará hincapié en las variedades de lamuyo que han venido

para solucionar el otoño al agricultor, como son Brito, Baquero y SV5581PH. A ellas se suman otras tan importantes como los California SV1204PB y Velero –en rojo-, Quirón –en naranja-, así como Tormes –en amarillo-.

Mención aparte merece la extraordinaria gama de pepinos de Seminis con variedades tan conocidas como Hoplita, SV5047CE, Teseo y SV0091CE. A ellas se suma una importante novedad, Invictus que ofrece, además, la resistencia a CGMMV, sin duda un plus para el agricultor. Todas ellas forman parte de la línea ‘Super Root Non Stop’, que garantiza una fortaleza radicular más que importante.

Seminis y De Ruiter también darán su espacio en su stand, el 9B12 del Pabellón 9 de IFEMA, a su sandía Fenway, variedad más que consolidada en el campo y en los mercados, así como a su gama de brócolis. En este último caso, a su variedad Titanium suman Shard, una novedad para un segmento aún más temprano.

En cuanto a las especialidades, Seminis resaltarán, entre otras, su melón amarillo de carne anaranjada Orange Candy, el brócoli de tallo largo Bellaverde, además de los cherry de sabor Delisher, Strabena y Juanita.

Seminis y De Ruiter invitan a todos los asistentes a la feria a conocer su amplio catálogo de variedades de frutas y hortalizas en su espacio expositor.

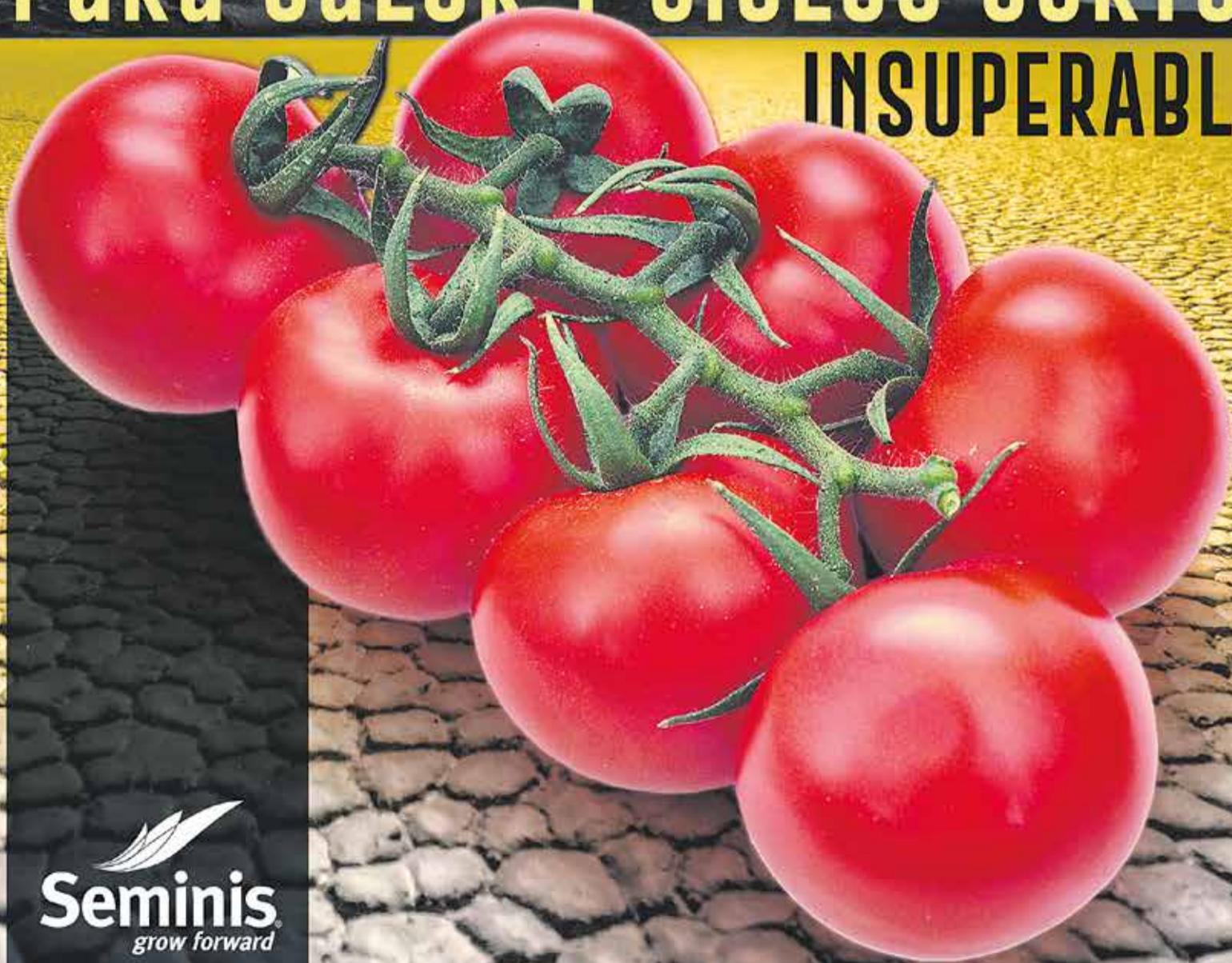


■ Parte del equipo de Seminis desplazado a la feria el año pasado. / RAFA VILLEGAS

# LAUJAR



PARA CALOR Y CICLOS CORTOS  
**INSUPERABLE!**



© Monsanto Agricultura España, S.L.U. Todos los derechos reservados. 10/2817

  
**Seminis**  
grow forward

## Actualidad

SEGÚN SUBRAYA LA FUNDACIÓN CAJAMAR

# El control biológico y la biodiversidad pueden disminuir los efectos del cambio climático

El proyecto BIOPLAN propone una estrategia de control biológico por conservación que puede ayudar a la gestión integrada de plagas

□ Elena Sánchez

A lo largo de los diversos estudios que ha llevado a cabo la Fundación Cajamar, esta recalca la importancia de promover la biodiversidad funcional y el control biológico en el entorno de la agricultura intensiva para contribuir a disminuir los efectos del cambio climático. En este sentido y con el fin de dar un paso más, la Fundación Cajamar participa en el proyecto BIOPLAN, que propone una estrategia de control biológico por conservación, poco desarrollada y explorada en cultivos hortícolas protegidos, que puede ayudar a incorporar una herramienta más a las guías de gestión integrada de plagas en estos cultivos.

Por ello, según ha dado a conocer la Fundación Cajamar a través de un comunicado, los objetivos específicos de BIOPLAN son, principalmente, aumentar la eficiencia del control biológico de plagas mediante el incremento de la biodiversidad en el entorno de los cultivos hortícolas bajo plástico, aportar una herramienta más a



La Fundación Cajamar está colaborando dentro del proyecto BIOPLAN. /FHALMERÍA

los protocolos de gestión integrada de plagas en estos cultivos, que puedan ayudar a reducir la necesidad de plaguicidas e incrementar el interés por el control biológico por conservación y el manejo adecuado del hábitat en el sector productor y en las administraciones públicas.

Asimismo, desde Cajamar explican que el proyecto BIOPLAN facilita, también, un mayor conocimiento sobre los servicios

que ofrece la biodiversidad en los agroecosistemas, ayudando a que los agricultores entiendan los servicios que la recuperación y mantenimiento de su flora autóctona le pueden ofrecer, lo que contribuirá a la protección y conservación de sus cultivos, siendo así más conscientes del valor que tiene la biodiversidad.

## APP para móvil y tablet

En colaboración con el centro

IFAPA La Mojonera, desde hace unos años, la Fundación Cajamar ha estudiado qué plantas arbustivas de la flora autóctona son las más adecuadas para albergar enemigos naturales de las plagas y que no sean reservorio de virus o de sus vectores que puedan afectar a los cultivos. Según Cajamar, con los resultados obtenidos se ha desarrollado una APP para móviles y tablet (PlantEN 'Plantas y Enemigos Naturales),

consistente en una guía práctica para todos aquellos interesados en incrementar la biodiversidad en sus cultivos. De hecho, con la ayuda de esta APP se pueden buscar plantas en función de los enemigos naturales que se quiera potenciar cerca del cultivo.

Como explica la Fundación Cajamar, la horticultura intensiva bajo plástico es un agroecosistema muy vulnerable a las plagas. Se prevé que el calentamiento global tenga una influencia directa en el incremento de las plagas y en la mayor necesidad de emplear fitosanitarios para su control. En este escenario, el peligro de un mayor uso y abuso de plaguicidas puede incrementar el riesgo de efectos secundarios indeseables, con implicaciones importantes en la conservación de los insectos auxiliares, en la biodiversidad, en el medio ambiente, en la calidad de los alimentos y en la salud humana. Para reducir este impacto, la agricultura debe hacer una transición completa a una agricultura climáticamente neutra mediante un uso aún más razonable de los productos fitosanitarios.

SE COMPARTIRÁ EN TODO EL MUNDO

## Fertinnowa idea un modelo para transferir las nuevas tecnologías a los agricultores

Aguadulce acogió la Conferencia Final Fertinnowa que recibió a numerosos profesionales

□ fhalmería

La red temática Fertinnowa ha llevado a cabo el desarrollo de un eficaz modelo de trabajo para transferir con éxito las nuevas tecnologías a los productores y suprimir las brechas que hasta ahora impedían en muchas ocasiones la incorporación real de la innovación a las prácticas agrícolas.

De hecho, Fertinnowa es una red temática orientada a la transferencia de técnicas innovadoras para un uso sostenible del agua en fertirrigación. Con este propósito, Fertinnowa recopila, intercambia, muestra y transfiere buenas prácticas y soluciones innovadoras para un uso más eficiente del agua y nutrientes que permita reducir el impacto ambiental asociado a sistemas de producción de frutas y hortalizas en fertirriego.

Para el desarrollo del proyecto es necesario mantener un vínculo con los productores y organizaciones de productores, con comunidades de regantes, responsables de administraciones públicas, con onegés, organizaciones ambientales y organizaciones de consumidores. Todos forman parte del Comité Externo de Asesoramiento de Fertinnowa, órgano de consulta para evaluar la evolución del proyecto y sus resultados.



El objetivo es transferir buenas prácticas para un uso más eficiente del agua.

# 02

## Seguimiento de Cultivos



**CRIADO & LOPEZ**  
ESPAÑA - MEXICO - MARRUECOS - CHILE

SOLUCIONES AGROTEXTILES A TU MEDIDA



# La producción ecológica bajo plástico sigue subiendo y roza las 3.000 hectáreas

El tomate almeriense es la hortaliza que más apuesta por esta metodología de cultivo, en la que también despiden el pepino y el pimiento

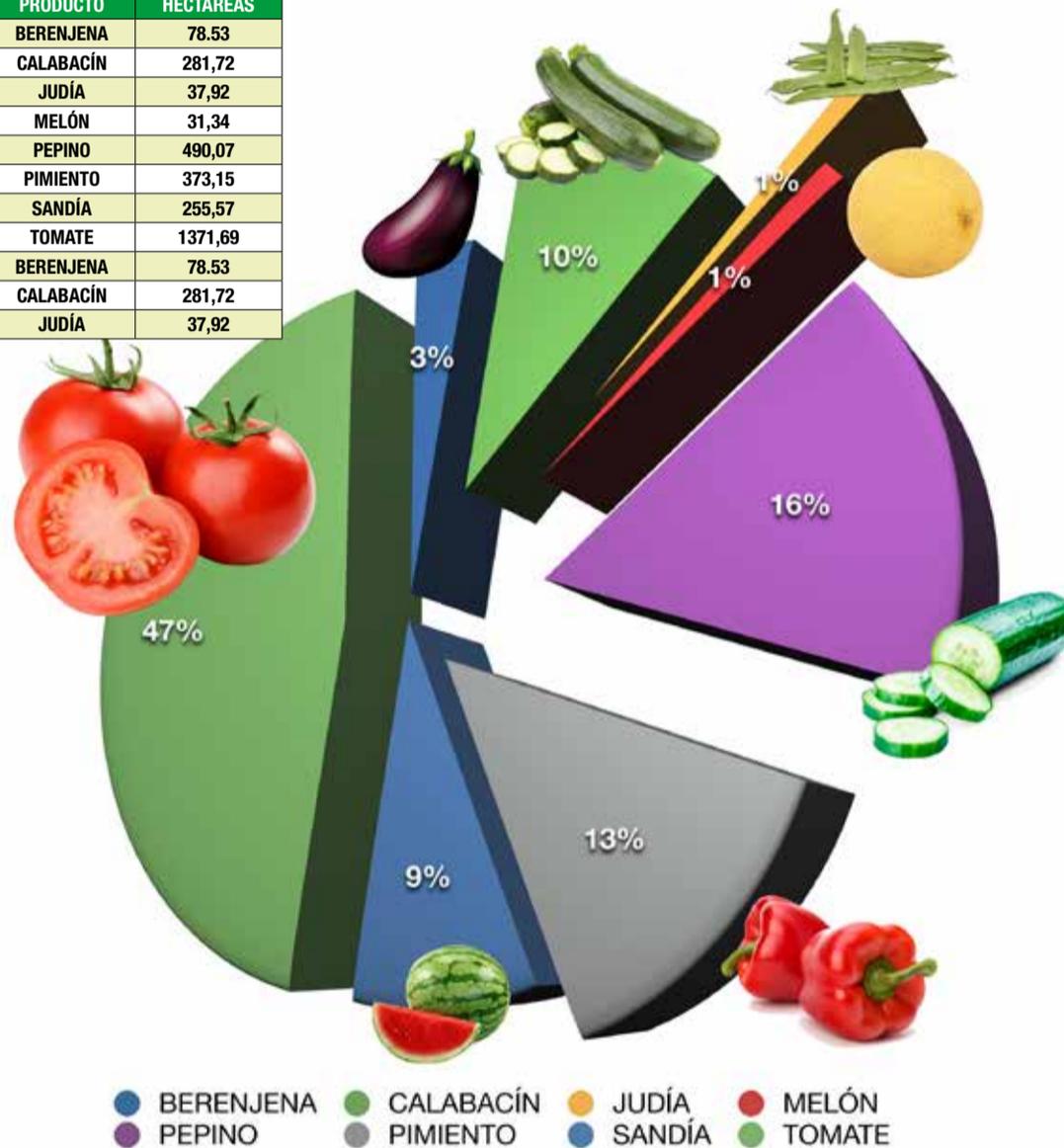
□ Almudena Fernández

La provincia de Almería cuenta con unas 54.000 hectáreas de hortalizas, hasta 47.000 bajo plástico (incluyendo dobles ciclos de cultivo). En las últimas campañas la producción ecológica ha sufrido importantes aumentos en consonancia con la demanda del mercado de este tipo de productos. Según las previsiones de la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, durante la campaña 2018/19, la superficie de cultivo ecológico de hortalizas bajo plástico en Almería será de 2.920 hectáreas, unas 242 más que en el ejercicio anterior.

“  
En las dos últimas campañas, la producción ecológica en Almería ha crecido casi un 30%”

El informe de 2017 ‘Mitos y realidades sobre el consumo de productos ecológicos’ desveló que, solo en ese año, el consumo de alimentos ecológicos creció un 14%. El campo almeriense, siempre a la vanguardia de las exigencias de los mercados internacionales, ha sabido subirse al carro de los cultivos ecológicos, especialmente en el caso del tomate. En el Levante almeriense, donde el tomate es el cultivo estrella saben bien lo que es esto. Así, las previsiones para esta campaña hablan de unas 1.371 hectáreas de tomate con producción ecológica (47% del total de cultivo ecológico). Le siguen, el pepino con 490 hectáreas (16%) y el pimiento con 375 hectáreas (13%). Con menor representación de cultivo ecológico están también el calabacín con 281 hectáreas (10%); la sandía con 255 (9%); la berenjena con 78 (3%); y judía y melón con 38 y 31 hectáreas, respectivamente (alrededor de 1% cada cultivo).

PRODUCTO	HECTÁREAS
BERENJENA	78,53
CALABACÍN	281,72
JUDÍA	37,92
MELÓN	31,34
PEPINO	490,07
PIMIENTO	373,15
SANDÍA	255,57
TOMATE	1371,69
BERENJENA	78,53
CALABACÍN	281,72
JUDÍA	37,92



■ Previsiones de producción ecológica bajo plástico, por cultivos, para la campaña 2018/19 en Almería.



■ Evolución del cultivo ecológico en invernadero, es los últimos cinco años en la provincia de Almería.

## 5.000 hectáreas en un lustro

Con estos datos, la provincia de Almería ha crecido un 29'8% en producción ecológica en los dos últimos años, siendo el aumento de un 8'2% en 2018, bastante menos que el gran salto cualitativo que se experimentó en 2017 con un crecimiento del 21'6% de cultivo ecológico bajo plástico.

Aun así, las previsiones de la Consejería de Agricultura andaluza son continuar por esa senda y que las hectáreas certificadas como ecológico lleguen a las 5.000 en el plazo de cinco años.

Por otro lado, los principales cultivos al aire libre en ecológico en la provincia de Almería se encuentran en la comarca de Los Vélez, aunque la Delegación Territorial de Agricultura aún no dispone de datos sobre 2018. Los referentes al año anterior, coronan al almendro como el principal cultivo en ecológico con 8.225 hectáreas de las 8.245 del total ecológico al aire libre. Le siguen, en menores cantidades el piñón (con 14,81 hectáreas), el nogal (con 4,46) y el pistacho (con 1,18).

## Potencial almeriense

En líneas generales, la agricultura de Almería alberga más de 3,6 millones de toneladas de hortalizas y alrededor de 22.500 explotaciones que generan más de 100.000 empleos. De enero a julio de este 2018, las exportaciones de Almería han superado los 1.720 millones de euros. Por otro lado, Almería, con 41 OPFH, es la provincia andaluza con más Organizaciones de Productores, que reúnen a cerca de 9.000 socios.

Finalmente, el sector agrario almeriense realiza la mayor aportación al sector agrario andaluz, una quinta parte de la Producción de la Rama Agraria de Andalucía, con más de 2.500 millones de euros.



# Grupo Agrotecnología, patrocinador principal y ponente en China Annual Conference and Exhibition

Con su participación y patrocinio en este evento de agricultura High-Tech, Grupo Agrotecnología refuerza su doble compromiso empresarial: Residuo Cero y expansión internacional

□ fhalmería

**G**ruppo Agrotecnología, empresa líder en el sector de bioestimulantes, biopesticidas y biofertilizantes asistirá a China Annual Conference & Exhibition donde presentará una ponencia de manos de Noemí Herrero, directora de I+D del Grupo. La ciudad china de Nanning será durante tres días el centro neurálgico de la Agricultura High-Tech. El encuentro se desarrollará en cinco jornadas técnicas: el papel de los bioestimulantes en los suelos y cultivos de árboles frutales, el papel de los bioestimulantes en la calidad de la fruta, bioestimulantes en sinergia con la nutrición vegetal, biocontrol en la agricultura de frutas y nuevos productos y tecnología.

La empresa oriolana, pionera en la estrategia de Residuo 0, participará de manera activa en la IV jornada técnica sobre Biocontrol en la agricultura de frutas con la ponencia 'Boosting Microbial Biocontrol Products by Efficient Formulations', impartida por su directora de I+D, Noemí Herrero, quién manifiesta que "con nuestra participación en este congreso pretendemos dar a conocer en China nuestra gama de productos de biocontrol con base microbiana, centrándonos en mostrar el proceso de investigación y la tecnología de formulación que hay detrás del desarrollo de estos productos. Una formulación que engloba la inspiración en la naturaleza y su equilibrio que hemos seguido a la hora de desarrollar estos productos".

Bajo este concepto, continúa Herrero, "elaboramos productos complejos en los que conviven microorganismos, sustancias bioestimulantes y otros co-formulantes naturales, que son escogidos y combinados de acuerdo con nuestros exhaustivos resultados de investigación. Cada uno de estos componentes aporta unas características concretas al producto final, que van desde fortalecer a la planta e inducirle resistencia sistémica contra patógenos, a actuar directamente contra los patógenos inhibiendo su crecimiento y/o eliminándolos directamente". La empresa alicantina también dará a conocer su gama



del mundial en la elaboración de productos sin residuos fitosanitarios", afirma Enrique Riquelme, Ceo Grupo Agrotecnología. No en vano, biopesticidas, bioestimulantes y biofertilizantes serán claves en el futuro a la hora de lograr una agricultura sostenible, eficaz y eficiente que proteja nuestro medio ambiente y conserve la biodiversidad.

de bioestimulantes y biofertilizantes de última generación.

"La apuesta decidida y comprometida con el objetivo Residuo 0 y la proyección internacional hacen imprescindible nuestra presencia y participación en simposios relevantes al ser un referente a ni-

## Actium®

## ¡Activador del color!

- Uniformiza y mejora el color de los frutos.
- Adelanta y concentra la producción.
- Acción fisiológica y no hormonal.
- No acorta la vida útil de los frutos.



agrotecnologia.net

© agrotecnología   
naturally efficient





# Sappec Agro apuesta por Missylk con el lanzamiento de un sorteo que te llevará hasta la NASA

El sorteo, que se realizará el próximo 24 de abril, constituye una importante apuesta por el bioestimulante de nueva generación desarrollado por la compañía

□ fhalmería

La compañía de soluciones nutricionales y fitosanitarias para la protección de cultivos, Sappec Agro, ha organizado un sorteo para acompañar el lanzamiento de Missylk, su innovador bioestimulante.

El sorteo está destinado a agricultores y consumidores finales del producto. Por cada saco de Missylk, el agricultor recibirá un boleto con un número que le podrá llevar hasta Miami donde visitará las instalaciones de la NASA en Cabo Cañaveral (Florida).

El sorteo se realizará el próximo 24 de abril de 2019 entre todos los números registrados en [www.sorteomissylk.es](http://www.sorteomissylk.es) desde el 15 de septiembre de 2018 hasta el 14 de abril de 2019.

El premiado disfrutará de un viaje para dos personas de seis días y cinco noches con destino Miami, Orlando y Cabo Cañaveral en pensión completa. Durante el viaje, visitará el Kenedy Space Center, uno de los centros de la NASA, donde podrá ver en vivo algunas de las naves espaciales más míticas de la historia e incluso el auténtico transbordador espacial Atlantis.

“Activa procesos fisiológicos de resistencia a condiciones adversas, produce un potente efecto bioestimulante, mejora la capacidad fotosintética y el estado nutricional de la planta”

Este nuevo desarrollo de Sappec Agro es un bioestimulante con una fórmula exclusiva de la compañía y tecnología HBE. Se trata de una fórmula a base de sustancias bio-regeneradoras, anti estresantes y activadoras de los procesos fisiológicos de las plantas.

Missylk está compuesto por aminoácidos que permiten la síntesis de proteínas y de ADN para la planta y macronutrientes que proporcionan energía y materiales de construcción para aquellas sustancias que son esenciales en el crecimiento y supervivencia del cultivo.

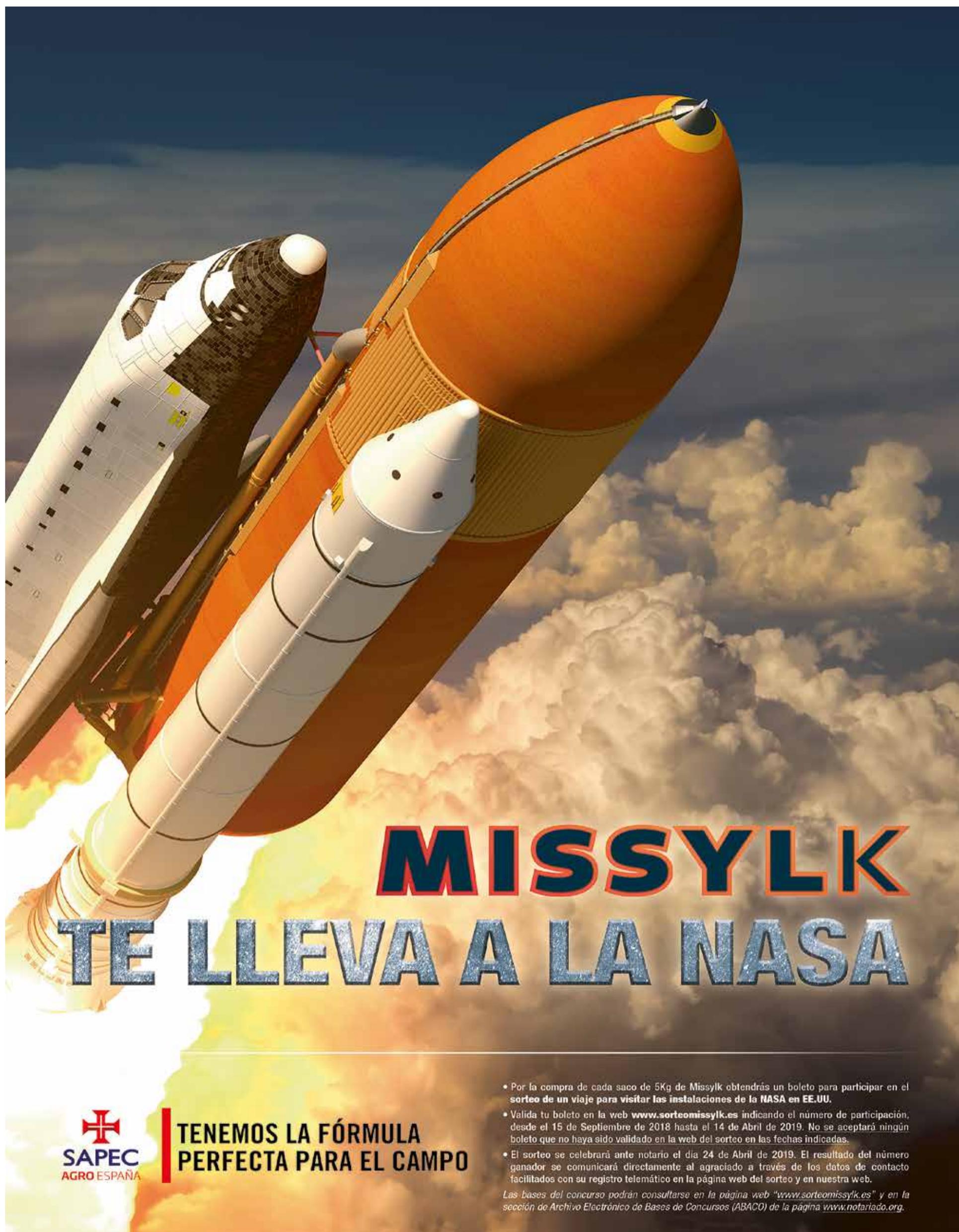
Para el responsable de fitonutrientes de Sappec Agro, Xavier Monfort, este bioestimulante “activa procesos fisiológicos de resistencia a condiciones adversas, produce un potente efecto bioestimulante, mejora la capacidad fotosintética y el estado nutricional de la planta”.

En realidad “se trata de un verdadero “missylk” para los cultivos que los hace fuertes y resistentes, y los dota de tanta energía como en el momento de despegue de las naves y cohetes, y por ello hemos querido trasladar esta imagen a nuestros distribuidores”, subraya.

Sappec Agro cuenta con su central operativa en Valencia y su almacén regulador en Chinchilla (Albacete). Mientras que sus productos fitosanitarios se fabrican en Setúbal (Portugal) y los fitonutrientes en Sanchidrián (Ávila) y en Campollano (Albacete).

La compañía tiene el firme compromiso de promover adecuadas prácticas de seguridad y de protección medioambiental y el estricto cumplimiento de la Reglamentación de la Unión Europea en materia de sostenibilidad agraria.





# MISSYLK

## TE LLEVA A LA NASA



**TENEMOS LA FÓRMULA  
PERFECTA PARA EL CAMPO**

- Por la compra de cada saco de 5Kg de Missyilk obtendrás un boleto para participar en el **sorteo de un viaje para visitar las instalaciones de la NASA en EE.UU.**
- Valida tu boleto en la web [www.sorteomissyilk.es](http://www.sorteomissyilk.es) indicando el número de participación, desde el 15 de Septiembre de 2018 hasta el 14 de Abril de 2019. **No se aceptará ningún boleto que no haya sido validado en la web del sorteo en las fechas indicadas.**
- El sorteo se celebrará ante notario el día 24 de Abril de 2019. El resultado del número ganador se comunicará directamente al agraciado a través de los datos de contacto facilitados con su registro telemático en la página web del sorteo y en nuestra web.

*Las bases del concurso podrán consultarse en la página web "[www.sorteomissyilk.es](http://www.sorteomissyilk.es)" y en la sección de Archivo Electrónico de Bases de Concursos (ABACO) de la página [www.notariado.org](http://www.notariado.org).*



# Brindis® B-Moly - Karentol® Maxicuaje

## la fórmula completa de Kenogard para floración, cuaje y desarrollo de los frutos

□ fhalmería

**B**rindis® B-Moly posee una formulación especialmente diseñada para la floración y cuaje de los cultivos. Es una solución fertilizante rica en Boro y Molibdeno solubles en agua, Fósforo ( $P_2O_5$ ), Potasio ( $K_2O$ ) y Magnesio ( $MgO$ ) para pulverización foliar y aplicación en riego. El potasio de su formulación favorece el cuajado, adelanta la maduración, confiere mayor consistencia de la pulpa a los frutos y aumenta el contenido de azúcares y por consiguiente de °Brix ya que interviene en el transporte y acumulación de hidratos de carbono. Gracias al Molibdeno el hierro está disponible fisiológicamente dentro de la planta.

Está enriquecido con algas marinas (*Ascophyllum nodosum*) con contenido de citoquininas y betaínas que aumentan la asimilación de nutrientes inorgánicos del suelo, incrementando la masa radicular y prolongando el periodo de maduración de los frutos, mejorando así su calidad final.

Contiene aminoácidos que provienen del extracto de algas entre los que destacamos un alto contenido en betaínas y glicinas que favorecen la resistencia de la planta ante situaciones de estrés hídrico, salino y climático y mejoran la elasticidad de las células y tejidos de la planta, reduciendo los efectos de cracking.

Brindis® B-Moly es absorbido de forma inmediata por la planta y



la acción conjunta de todos sus componentes incrementa el potencial vegetativo y el desarrollo continuo y homogéneo de la planta.

Está recomendado en los tratamientos de prefloración, cuajado y desarrollo del fruto y en cualquier momento de la vegetación que suponga una mayor actividad fisiológica de la planta, o la movilización de sus reservas, por ejemplo, en la recuperación fisiológica después de infecciones o heridas de la plantación en cualquier cultivo.

La dosis recomendada de este producto es, en el caso de su aplicación foliar, de 200-300 cc/hl en pre- y post- floración. Si se opta por el fertirriego, en este caso se

recomienda una dosis de 2-3 l/ha., realizando de cuatro a seis aplicaciones a lo largo del ciclo de cultivo.

Este producto no debe mezclarse con componentes cúpricos, azufres, aceites y con productos de reacción alcalina.

### KARENTOL® MAXICUAJE Potenciador de floración y cuaje

Karentol® Maxicuaje contiene una formulación óptima y equili-

El producto corrige carencias o desequilibrios de B, Mo y P evitando fisiopatías y pérdidas de rendimiento de los cultivos.

La aplicación de Karentol® Maxicuaje tiene un efecto positivo en la producción y fertilidad del polen, mejorando la fecundación de las flores y un correcto desarrollo del cuajado y fructificación. En la fase de fructificación mejora el desarrollo y engorde del fruto.

Es ideal para aplicaciones foliares y en fertirriego en cultivos donde se solapan las fases de floración, cuajado y engorde.

En este caso, si se opta por realizar una aplicación foliar del producto, la dosis recomendada es de 100-150 gr/hl. 2-3 aplicaciones cada 12-15 días al inicio de floración. Por fertirriego, la dosis recomendada es de 1 - 1,5 kg/ha por aplicación desde inicio de floración hasta finalización del cuajado o engorde.

En cuanto a las incompatibilidades de Karentol® Maxicuaje, desde Kenogard explican que no se debe aplicar junto con mezclas sulfocálcicas, aceites, azufre, sulfatos, ni ácidos o bases fuertes.

brada a base de Molibdeno y Boro de alta concentración, enriquecido con Fósforo asimilable ( $P_2O_5$ ). Actúa como estimulante de la floración y el cuajado y favoreciendo el engorde de los frutos.

Mónica Archilla, agricultora

### “Brindis® B-Moly es la solución para un buen cuaje y floración en berenjena”

□ Rafa Villegas

**M**ónica Archilla es toda una experta en berenjena, el único producto que cultiva cada año. Lo hace en una superficie total de 23.000 metros. Su padre, jubilado hace dos años, ya confiaba en esta hortaliza desde hace más de 20 años. Se trata por lo tanto, como explicó la productora, de un producto que “entendemos para lo bueno y para lo malo, le tenemos cogido el truco”.

Esa experiencia le ha valido a Archilla para utilizar solo aquellos productos que son realmente efectivos para el seguimiento del cultivo. Es el caso, por ejemplo, de Brindis® B-Moly, que, como explicó “lle- vamos cuatro o cinco campañas utilizándolo para la floración y el cuaje. Lo aplicamos, sobre todo al principio, con las primeras flores. Le

damos dos o tres pases para favorecer el cuaje de la flor y se nota mucho, echa una flor más grande, más resistente. Aunque sufra la planta de calor o de humedad, resiste, no aborta esa flor”.

Pudiéndose aplicar esta solución para el cuaje y floración de Kenogard por vía foliar o fertirriego, Archilla explicó que “nosotros aplicamos el producto por riego. Le echo Brindis® B-Moly junto al enraizante de Kenogard Enraigard, dos o tres pases a los 15 días, el resultado es que la mata toma mucha fuerza y buen color”.

Es tal la confianza de Mónica Archilla con Brindis® B-Moly que, como explicó, “el año pasado volví a realizar una aplicación del producto en noviembre-diciembre, cuando le dimos un pequeño pelado a la mata, las temperaturas eran aún elevadas, no me fie y eché Brindis® B-Moly para darle fuerza a la mata”.





# Brindis® B-Moly

CORRECTOR



**LA FORMULA COMPLETA PARA  
FLORACIÓN Y CUAJE**



Corrector especial  
para favorecer la floración,  
el cuaje y el desarrollo de los frutos

**KENOGARD**  
CULTIVAMOS LA INVESTIGACION • 研究栽培  
[www.kenogard.es](http://www.kenogard.es)





# SHINGO, la nueva solución de UPL para lechuga y brócoli, se presenta en una primera jornada con productores

En la cita, que se desarrolló el viernes 21 de septiembre en el Campo de Cartagena, se presentaron otros resultados significativos obtenidos en cultivos como melón, sandía y tomate

□ fhalmería

La empresa UPL llevó a cabo, el viernes 21 de septiembre, una jornada de presentación de la nueva solución fertilizante-bioestimulante SHINGO. El evento estuvo destinado a presentar la nueva solución, dentro del portfolio de soluciones para cultivos de hoja de UPL, además sirvió para intercambiar informaciones y resultados obtenidos durante las últimas campañas. A esta jornada acudieron los técnicos de las producciones de lechuga y brócoli de Campo de Cartagena (Murcia).

Desde UPL, presentaron Juan José Alonso, responsable comercial de la zona, y Juan José Alarcón, responsable técnico para cultivos hortícolas.

La presentación fue iniciada por Juan José Alonso, quien presentó UPL, recordando que la empresa global trabaja a nivel local para ofrecer las mejores soluciones al agricultor. UPL propone un amplio catálogo de soluciones para el campo y, en particular, en los cultivos de lechuga, con las marcas Altair, Careca, Novicure, Vondozeb, entre otros. Alonso hizo hincapié en que UPL lleva años proponiendo soluciones únicas en el segmento herbicidas y fungicidas y ahora está proponiendo una nueva herramienta bioestimulante y nutricional para los cultivos de hoja. El objetivo de UPL es ofrecer soluciones eficaces y económicamente rentables para el agricultor.

A continuación tomó la palabra Juan José Alarcón, responsable técnico en UPL, quien explicó que SHINGO viene a “revolucionar los rendimientos de los cultivos”. Con SHINGO, el cultivo está súper conectado a su entorno, gracias a una estimulación del crecimiento radicular y foliar, ya que SHINGO permite un aumento de la fotosíntesis, de la asimilación de nutrientes, de un mejor intercambio planta-suelo. De hecho, se califica de tecnología 5G, porque



la tecnología de formulación de SHINGO es innovadora y permite formular partículas de un tamaño muy reducido para una mayor interacción con el vegetal. En definitiva, SHINGO estimula la planta, para que sea más eficiente y se consiga mayor rendimiento.

Alarcón detalló el modo de aplicación de SHINGO, su aplicación en diversos cultivos y detalló las experiencias de varias producciones con el producto.

“El objetivo de UPL es ofrecer soluciones eficaces y económicamente rentables para el agricultor”

De esta forma, explicó que con SHINGO se obtiene un mayor peso-unidad, con diferencias sig-

nificativas. Además, se observa una mayor homogeneidad en el cultivo y con SHINGO se obtienen más piezas con el calibre requerido para comercialización. En el caso de cultivo que se comercializan por peso, como los cultivos de Brassicas, se mejora el rendimiento; y en el caso de cultivos que se comercializan por pieza, mejorando el porcentaje de los calibres comerciales de forma significativa, se mejora el rendimiento

del cultivo. Igualmente, se han observado los beneficios de SHINGO tanto en ciclos de otoño, primavera como de invierno.

## Lechuga y hortícolas

La jornada celebrada el 21 de septiembre, se ilustró con algún dato de una gran productora de Campo de Cartagena que accedió a compartir sus últimos resultados: las lechugas con aplicación SHINGO presentaron un aumento de peso de 147 gramos, pasando de un peso promedio de 538 gramos para las filas sin aplicación, a 685 gramos para las filas con la aplicación del programa SHINGO.

Finalmente, se presentaron resultados obtenidos en otros cultivos como melón, sandía y tomate, en los cuales también se obtienen resultados significativos. Por ejemplo, en melón se observa un aumento de rendimiento del 4% a escala de la parcela, con un aumento de diámetro del 3%. Además, se observaron beneficios en el almacenamiento del fruto, tanto en melón como en sandía, llegando a una menor pérdida de peso en conservación, beneficios de SHINGO que UPL sigue investigando y desarrollando.



TLUREO



# SHINGO®



TECNOLOGÍA 5G PARA MEJORAR EL CULTIVO



[es.uplonline.com](http://es.uplonline.com)



# Almería acogió la I Semana Universitaria de la Mejora Vegetal entre los días 15 y 19 de octubre

La provincia fue una de las 11 escogidas por ANOVE (Asociación Nacional de Obtentores Vegetales) para el desarrollo del evento

□ Jessica Valverde

La Universidad de Almería ha sido una de las universidades seleccionadas por la Asociación Nacional de Obtentores Vegetales (ANOVE) para la celebración de la I Semana Universitaria de la Mejora Vegetal, la cual tuvo lugar del 15 al 19 de octubre, coincidiendo con el Día Mundial de la Alimentación.

Durante esta semana se programaron, de forma simultánea, en 11 centros académicos de España seminarios, conferencias y coloquios para reflexionar con profesores y estudiantes sobre el valor de la obtención vegetal, la investigación que se lleva a cabo en la mejora de las variedades vegetales y la generación de empleo de calidad en el sector.

La provincia de Almería, por su parte, contó con el especialista Luís Martín, cuya ponencia tuvo lugar el día 18 de octubre a las 12:00 horas en la Escuela de Ingeniería Agrícola.

El objetivo de la realización de esta semana de charlas, ponencias y debates es que la comunidad universitaria, formada por más de 5.000 alumnos en toda España, sean conscientes del irremplazable papel que tiene la obtención vegetal, base de la investigación, la producción, la competitividad de las explotaciones y el desarrollo agrícola.

Con esta Semana Universitaria, especialistas de diferentes empresas dedicadas a la obtención, ofrecieron información a los futuros profesionales de la agronomía sobre los detalles de un sector en constante crecimiento con el fin de que conozcan, de primera mano, sus retos y tendencias de futuro y con el deseo de atraer talento cualificado para incorporar a las áreas de investigación, producción y comercialización.

Dichas sesiones tuvieron lugar en las Escuelas de Ingeniería Técnica Agrícola de Almería, Burgos, Cartagena, Córdoba, Ciudad Real, Lérica, Madrid, Salamanca, Sevilla, Valencia y Zaragoza.

## Ponencias

Cada una de estas ciudades contó con un experto, en el caso de Almería fue Luís Martín, como se ha



Universidad de Almería. IFHALMERIA

mencionado anteriormente; en Burgos contaron con Gonzaga Zaballós; Javier Bernabéu fue el experto presente en Cartagena; a Córdoba asistió Juan Fernández; en Ciudad Real la ponencia corrió a cargo de Alberto Ojembarrena; en Lérica contaron con la presencia de Eduardo Fitó; Antonio Sancha estuvo presente en Madrid; a Salamanca acudió Oscar Sobrino; Sevilla fue la única en contar con dos ponentes, José A. García de Tejada e Ignacio Solís; Javier Bernabéu fue el ponente, también, en Valencia; y, finalmente, Diego Cuenca fue el experto invitado en Zaragoza.

Conscientes de que la investigación genética incrementa la eficiencia, la productividad y la mejora de los procesos, las empresas obtentoras son las que, proporcionalmente, más invierten en I+D+i. En este ámbito dedican entre el 20 y el 30 por ciento de su facturación.

Según datos de la Comisión Europea, este porcentaje supera el destinado por las empresas de automoción, la industria farmacéutica, aeroespacial o la de las tecnologías de la información.

La innovación del sector obtentor mejora toda la cadena de

valor, desde el cultivo hasta la transformación del producto final que recibe el consumidor.

El 81% de las empresas asociadas a ANOVE disponen de un departamento propio de I+D, sumando en España un total de 52 centros de investigación genómica vegetal. En ellos, el empleo es altamente cualificado: entre el 25 y el 30 por ciento de los empleados se dedica a la investigación científica.

## Día Mundial de la Alimentación

Cada 16 de octubre la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) celebra en todo el mundo una jornada de concienciación con el fin de sensibilizar sobre el problema alimentario mundial, la lucha contra el hambre, la seguridad alimentaria y las dietas nutritivas para todos.

El Día Mundial de la Alimentación es uno de los más celebrados del calendario de la ONU, con eventos en más de 150 países de todo el mundo. La Asociación Nacional de Obtentores Vegetales (ANOVE) se ha unido a esta celebración con la I Semana Universitaria de la Mejora Vegetal. También ha organizado un conjunto de actos en la calle con los que poner en va-

lor el trabajo de los agricultores y recuerdan la necesidad de apostar por una agricultura innovadora y, al mismo tiempo, sostenible, que ayude a acabar con el hambre, así como a producir con responsabilidad alimentos saludables y de calidad.

## Sobre ANOVE

Esta asociación agrupa a 56 compañías y centros públicos dedicados a la generación de valor añadido en el sector agroalimentario a través de la investigación, el desarrollo y la explotación de nuevas variedades vegetales.

Estas empresas facturan más de 1.000 millones de euros al año y emplean a 2.500 personas. Su naturaleza es muy heterogénea: multinacionales, empresas familiares, coo-

perativas y centros públicos; a pesar de su heterogeneidad, su interés es el mismo: promover una agricultura innovadora, competitiva y sostenible.

La labor que realiza el sector de la obtención vegetal contribuye de manera decisiva a la seguridad alimentaria, pues la mejora de las variedades, así como de los procesos, permite crear alimentos de mayor calidad, más duraderos y seguros.

Con ello se aporta valor a la cadena alimentaria aumentando la oferta y la calidad de los productos.

También permite incrementar la rentabilidad que obtienen los agricultores en sus explotaciones, haciendo posible, al mismo tiempo, una producción más sostenible y la protección del medio ambiente.



Logo ANOVE. IFHALMERIA



# Multi-K™, el auténtico y único nitrato potásico de Haifa, se consolida en el mercado

Haifa Iberia ofrece a los agricultores un soporte integral atendiendo a cada una de sus necesidades

□ fhalmería

**E**l nitrato potásico de Haifa (Multi-K™ GG) es uno de los tipos de nitrato potásico de la amplia gama que Haifa produce con diferentes especificaciones para adecuarse a las necesidades individuales de cada cultivo y cada sistema de aplicación. Concretamente, Multi-K™ GG es el nitrato potásico grado invernadero de la marca Haifa y cuyas principales características diferenciadoras son su pureza, su máxima solubilidad en agua y que su disolución en el tanque de la solución madre no genera espuma.

Haifa Iberia ofrece a los agricultores un soporte integral atendiendo a cada una de sus necesidades. Para poder ofrecer a los agricultores una disponibilidad rápida y flexible de su nitrato po-



Barco descargando el nitrato potásico de Haifa Iberia

tásico en las mejores condiciones posible, Haifa Iberia ha desarrollado una red logística global dentro de la península ibérica, la cual

permite realizar una entrega de nuestros fertilizantes con la máxima rapidez y calidad posible y sin fallos.



Invasado de Multi-K™, garantizando la trazabilidad.

## Trazabilidad

En Haifa Iberia están continuamente recepcionando barcos desde Israel, cargados de su nitrato potásico a granel (Multi-K™ GG), los cuales son descargados directamente a los almacenes, manteniendo una trazabilidad adecuada y evitando la contaminación en todo momento.

El fertilizante se almacena a granel hasta el momento que va a ser usado, para que el agricultor reciba el nitrato potásico recién envasado y con las mejores condiciones.

En el interior de los almacenes colaboradores de Haifa Iberia, destaca el tren de envasado automático de última generación, cuyo trabajo de envasado es impecable, lo que les permite entregar el producto en las mejores condiciones.

## Multi-K™

### El auténtico y único Nitrato Potásico de Haifa



Haifa produce la más amplia gama de nitratos potásicos con diferentes especificaciones, para adecuarse a las necesidades individuales de cada cultivo y cada sistema de aplicación.

Multi-K™ GG. Nitrato Potásico grado invernadero con la máxima solubilidad en agua y cuya disolución en el tanque de la solución madre no genera espuma.



# La gama ENTEC® solub proporciona una mejor nutrición de los cultivos y mejora la eficiencia de la fertilización



EUROCHEM

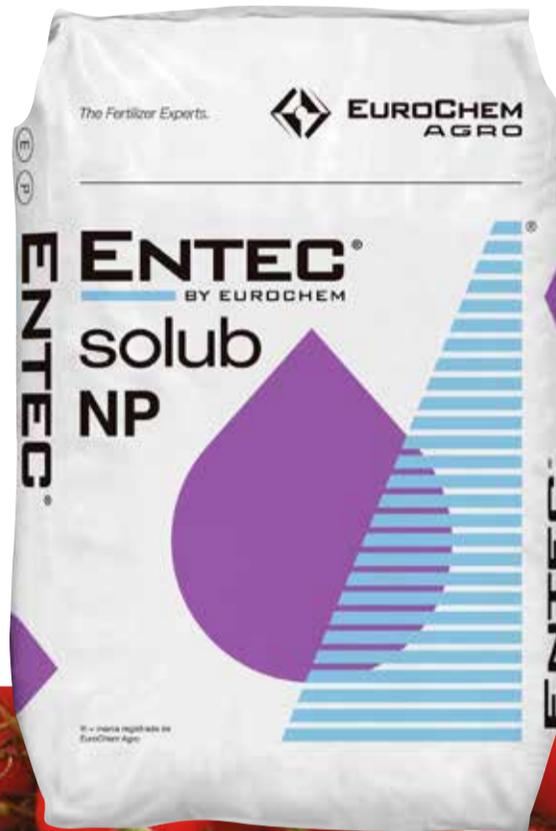
□ fhalmería

**E**urochem Agro Iberia continúa, un año más, apostando por su amplia gama de productos ENTEC® solub. Y es que, para esta empresa, una de las principales proveedoras de fertilizantes a nivel mundial y cuyos productos para aplicación en horticultura, cultivo de fruta y viticultura distribuyen la gama completa de los nutrientes más importantes, la fertirrigación permite un ahorro considerable de agua y una dosificación racional de los fertilizantes, además de proporcionar una nutrición de los cultivos optimizada, lo que se traduce en un aumento de rendimientos y calidad de cosecha.

## Gama ENTEC®

Los abonos ENTEC® solub inhiben el proceso de transformación del nitrógeno amoniacal a nitrógeno nítrico (nitrificación), asegurando su permanencia en el suelo durante un periodo determinado. Esto se logra a través de la inhibición de las bacterias Nitrosomonas, que son responsables por la transformación del amonio en nitrato. De esta forma, las plantas obtienen las dos formas de nitrógeno mineral, amoniacal y nítrico, durante un largo período. Esto significa que, a diferencia de las plantas cultivadas en suelos sin la aplicación de ENTEC® solub, pueden absorber el nitrógeno simultáneamente de ambas formas beneficiándose los cultivos de las ventajas de la nutrición mixta nitrogenada (amonio y nitrato), a la vez que disminuye el riesgo de pérdida de nitrógeno al medio ambiente y, en definitiva, se mejora la eficiencia de su uso.

Se puede afirmar que los sistemas de riego localizado reducen las pérdidas de N con la utilización de fertilizantes convencionales, pero la incorporación de fertilizantes solubles con la tecnología ENTEC® las reducen aún más, mejorando así la eficiencia de la fertilización y proporcionando más nitrógeno y una mejor nutrición de los cultivos.

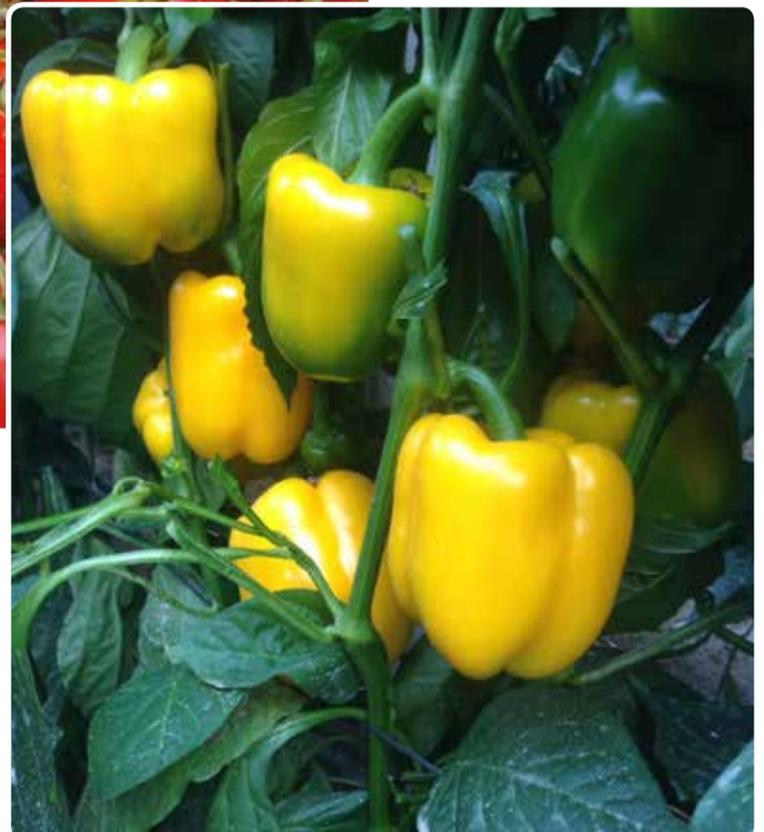


La gama ENTEC® solub se ha ampliado con la inclusión del ENTEC® solub NP (16+30) y ENTEC® solub Mg (20N+2MgO). En resumen, las principales ventajas de los abonos ENTEC® solub son: mejor aprovechamiento del nitrógeno, óptimo rendimiento de los cultivos, mejor floración y cuajado de los frutos, mejor calidad de las cosechas y disminución de la contaminación ambiental.

“ Los abonos ENTEC® solub inhiben el proceso de transformación del nitrógeno amoniacal a nitrógeno nítrico, asegurando su permanencia en el suelo durante un periodo determinado ”

La incorporación de dos nuevos productos, Nitrofoska® solub calcium N (20+5+5+13CaO) y Nitrofoska® solub calcium K (14+7+17+13CaO), han venido igualmente a enriquecer más la amplia línea de fertilizantes Nitrofoska® solub, y con la llegada de los nuevos abonos Nitrato Cálcico, Nitrato Potásico, MAP y SOP solub, la gama de abonos solubles de EuroChem Agro crece aún más, ofreciendo a los agricultores una selección más amplia de productos de reconocida calidad para la seguridad de obtención de los mejores resultados en sus cultivos. Además, el producto SOP solub está autorizado para agricultura ecológica (Certificado SHC), lo cual abre las posibilidades de su uso en los programas de fertilización de agricultura orgánica y ecológica.

Eurochem Agro pertenece al grupo Eurochem, una de las empresas agroquímicas más importantes a nivel mundial. El grupo tiene su sede en Zug, Suiza, y cuenta con plantas de producción en Bélgica, Lituania, China, Kazajstán y Rusia, con más de 23.000 empleados por todo el mundo.



## Seguimiento de cultivos



GALARDÓN

## David Centellas y Manuel Ansede, ganadores del VIII Premio de Periodismo Agroalimentario de APAE

La entrega de los galardones tendrá lugar el próximo jueves 25 de octubre durante el transcurso del IV Foro de Periodistas Agroalimentarios #FPA18, que se celebrará en Fruit Attraction



□ fhalmería

Los periodistas David Centellas Navas y Manuel Ansede Vázquez han sido los ganadores de la VIII edición de los Premios Periodísticos convocados por la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE). David Centellas ha resultado ganador en la Categoría General por el reportaje Manchego... o manchego emitido en el programa "En Profundidad" de Castilla-La Mancha Media (CMM) el pasado 14 de abril de 2018, mientras que el artículo El sabor de las mandarinas nació en un solo árbol publicado en Materia (la sección de Ciencia de El País) el pasado 8 de febrero de 2018 y escrito por Manuel Ansede, ha sido elegido como el mejor trabajo dentro de la Categoría "Frutas y Hortalizas".

El jurado de estos premios, que tienen como objetivo promover el desarrollo del periodismo agroalimentario en condiciones de reconocimiento y prestigio, está compuesto por reconocidos profesionales del sector, entre los que destacan Lourdes Zuriaga, presidenta de APAE, Sandra Sutherland, directora del programa "Agrosfera" de RTVE, Begoña Jiménez, responsable de comunicación de FEPEX, Armando García, periodista y experto en comunicación aplicada al sector agroalimentario, y uno de los ganadores del último certamen, el también periodista Rubén Villanueva.

David Centellas Navas (Ciudad Real, 1987) es periodista audiovisual en CMM. Forma parte desde hace 6 años de la redacción de informativos del medio público en Ciudad Real. Doctor en Comunicación, especializado en información económica, ha trabajado para diversos medios de la comunidad autónoma.

Por su parte, Manuel Ansede Vázquez (A Coruña, 1979) es licenciado en Veterinaria por la Universidad Complutense y cursó el Máster en Periodismo en la Universidad Carlos III de Madrid.

# ENTEC®

SOLUB

Abonos solubles  
para una mejor  
eficiencia  
y rentabilidad



La tecnología ENTEC® aplicada a los fertilizantes solubles reduce aún más las pérdidas de nitrógeno en el suelo, optimizando la nutrición de las cosechas y garantizando así el máximo rendimiento y calidad de los cultivos.

Porque en EuroChem Agro, a través de la investigación, seguimos apostando por el desarrollo de productos eficaces como ENTEC® solub, cuya finalidad es, sobre todo, satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

® Marca registrada de EuroChem Agro

Para más información



EuroChem Agro Iberia, S.L.  
Joan d'Austria 39-47  
08005 Barcelona  
Tel: 932 247 222  
Fax: 932 259 291  
www.eurochemagro.es



**EUROCHEM  
AGRO**

The Fertilizer Experts.

## Seguimiento de cultivos



## Criado & López acercará a Chile una nueva tecnología basada en el ozono para mejorar la agricultura

La empresa ejidense y Agroazono presentan en Fruit Attraction una fórmula sostenible para la regeneración de suelos agrícolas mediante ozono

□ fhalmería

El cambio climático, el aumento de la población y la inminente escasez de recursos naturales hacen necesario cambiar los modelos de producción tradicionales y sustituirlos por sistemas de producción que no incluyan residuos químicos.

Esta necesidad ha motivado que la empresa Agroazono, experta en ozono para la agricultura, junto con Criado & López, pongan en práctica una solución sostenible para la regeneración

de los suelos agrícolas. Será C&L la encargada de llevar esta fórmula al país chileno.

### Objetivos del sistema

Este método ofrece la desinfección de instalaciones agrícolas y suelos de cultivo mediante la aplicación de ozono, que posteriormente contribuye a la regeneración de la flora microbiana del sustrato de cultivo. Gracias a esta solución, el agricultor se beneficia de mayores rendimientos de cultivo y un incremento en la mejora de la calidad de su producción.

### Aplicación

Este proceso se adapta a cualquier situación en la que se encuentre el campo a tratar, la aplicación puede realizarse con o sin cultivo en unos sencillos pasos:

1.- Preparación del terreno para la plantación posterior.

CON CULTIVO

- 2.- Aplicación de riego hasta capacidad de campo.
- 3.- Aplicación de Ozono mediante el riego localizado.
- 4.- Inoculación de microorganismos beneficiosos.

5.- Plantación.



“Gracias a esta solución, el agricultor se beneficia de mayores rendimientos de cultivo y un incremento en la mejora de la calidad de su producción”

### Equipos disponibles

Los equipos disponibles para la aplicación e inoculación se adaptan a cualquier necesidad del cliente, sin importar la extensión de la parcela a tratar o el acceso a la misma.

Criado & López, a través de su sede en Chile, se presenta en el

país como alternativa y solución a un problema actual, preparándose para dar respuesta inmediata a una legislación necesariamente más estricta con el fin de asegurar la preservación del medio ambiente y la calidad de vida de las personas.

[www.criadoylopez.com](http://www.criadoylopez.com)



# ‘Nesi’ es la opción más eficaz y rentable para el control biológico de mosca blanca y Tuta en tomate

Koppert confirma que las sueltas de ‘Nesi’ en semillero han sido decisivas para que la campaña comience sin incidencias importantes

□ fhalmería

**E**l inicio de la campaña agrícola en los invernaderos de Almería ha confirmado el éxito de la estrategia de control biológico en tomate basada en las sueltas de ‘Nesi’ (*Nesidiocoris tenuis*), tanto para el control de mosca blanca (*Bemisia tabaci*), como de Tuta Absoluta. Los técnicos de Koppert han confirmado en el campo la excelente instalación de las poblaciones de ‘Nesi’ en los cultivos de tomate, que ya traían este chinche depredador inoculado desde el semillero.

La técnica de suelta en semillero, desarrollada e implantada por Koppert hace unos años, ha sido decisiva para que la campaña de tomate haya comenzado sin incidencias importantes derivadas de la incidencia del virus de la cu-



*Nesidiocoris comiendo Tabaci*

chara (TYLCV) o por daños ocasionados por Tuta absoluta. Con la suelta en semillero, se garantiza que los huevos de ‘Nesi’ eclosionan justo después del trasplante y, por tanto, que el depredador esté trabajando desde el primer día en el invernadero.

El buen comienzo de la campaña pone de manifiesto la cada vez mayor concienciación entre los agricultores sobre la importancia de comenzar las estrategias de control biológico en el momento adecuado, ya que es decisivo que la planta joven de tomate esté pro-

tegida antes de que aparezcan las primeras poblaciones de insectos vectores de virosis. “Elegir el momento y respetar las dosis adecuadas son dos factores decisivos que marcan la diferencia entre el fracaso y el éxito con el control biológico”, apuntan desde el departamento técnico de Koppert en Almería.

## ‘Nesi’, la opción más económica

Una campaña más, las sueltas de ‘Nesi’ vuelven a consolidarse como la base del control biológico en tomate, debido a su doble eficacia contra mosca blanca y ‘Tuta’ y a la confianza que genera en el agricultor por los buenos resultados acumulados durante los últimos años. Actualmente, existen otras opciones en el mercado, como las basadas en sueltas selectivas de *Trichogramma*, un parasitoide que no llega a realizar un

control total de las poblaciones de Tuta absoluta y que no sirve para mosca blanca y cuya aplicación, además, tiene un coste mayor que el de las sueltas de ‘Nesi’. También existe la posibilidad de usar *Bacillus thuringiensis*, aunque también es una opción más cara porque para conseguir el grado de eficacia deseable es necesario realizar muchas aplicaciones.

Otra opción, es la avispa *Necremnus tuta*, que pese a ser capaz de parasitar larvas de ‘Tuta’, según diversos estudios, su liberación artificial en la actualidad es inviable. Únicamente es interesante cuando aparece de forma natural, por lo que pensar en controlar ‘Tuta’ con este parasitoide sería muy arriesgado, pues no estaría garantizada su aparición y por tanto se estaría dando a la ‘Tuta’ la oportunidad de provocar daños muy importantes.

En cualquier caso, desde Koppert Biological Systems se considera que *Trichogramma* y *Bacillus*, junto a la aparición natural de *Necremnus*, pueden complementar en momentos concretos la acción de ‘Nesi’, que ha de ser la base del control de mosca blanca y Tuta en el cultivo.

Por último, Koppert Biological Systems recomienda que las sueltas de insectos beneficiosos se realicen siempre con el asesoramiento de un técnico cualificado, ya que las estrategias a seguir dependen de muchas variables, en función del clima, del cultivo y de las condiciones de cada finca. Para realizar este asesoramiento técnico personalizado, Koppert dispone en Almería de un numeroso equipo de profesionales especializados que conocen perfectamente las soluciones más apropiadas para cada caso.

**KOPPERT**  
BIOLOGICAL SYSTEMS  
Partners with Nature

## Aliados con la Naturaleza

**KOPPERT BIOLOGICAL SYSTEMS**

Koppert Biological Systems contribuye a una mejor salud de las personas y del planeta. En asociación con la Naturaleza, hacemos una agricultura más sana, más segura y productiva. Proporcionamos un sistema integrado de conocimientos especializados y soluciones naturales seguras, que mejoran la salud de los cultivos, la resistencia y la producción.

C/ Cobre, 22 Pol.Ind. Ciudad del Transporte  
04745 La Mojonera (Almería) España  
Tel. +34 902 48 99 00  
info@koppert.es

[www.koppert.es](http://www.koppert.es)

## Seguimiento de cultivos



Entrevista a los hermanos **Miguel y Antonio Romera**, productores de Invictus

“**Invictus destaca por su potencia y presenta mayor recuperación ante temperaturas muy elevadas**”



Miguel y Antonio Romera. /RAFA VILLEGAS

□ R. V. A.

## Seminis muestra la calidad y productividad de su pepino temprano Invictus en fincas de El Ejido

□ Rafa Villegas

**S**eminis, ya marca comercial de Bayer, presentó el pasado mes de septiembre su excelente variedad de pepino extratemprano y temprano Invictus. Se trata de un pepino con una extraordinaria fortaleza radicular, oscuro de hoja y fruto y, aún más importante, con una gran producción tanto en la caña como en el rebrote en su segmento.

La casa de semillas mostró su pepino Invictus en tres fincas del término municipal de El Ejido, cultivadas el 5 de agosto, la primera visitada, y las otras dos el 16 de julio, donde los agricultores pudieron comprobar las cualidades que hacen que este pepino sea único en temprano.

Si hay alguien que conoce a la perfección esta variedad es su creador, el breeder de Seminis Antonio Reina. Respecto a Invictus, el profesional explicó que, al ser una variedad para cultivo temprano, “es tolerante al calor, al estrés térmico, además de tolerante al quemado de cabeza”.

En cuanto a las principales características de Invictus, Reina subrayó que “como requieren los



■ Cultivo de pepino Invictus de Seminis. /RAFA VILLEGAS

mercados de una variedad de pepino temprano, nuestro pepino presenta un color oscuro durante todo el ciclo, a lo que se suma muy buena calidad, ausencia de cuello de botella, un asurcado atractivo también durante todo el ciclo, además de su precocidad productiva y muy buena producción”.

A todo ello hay que añadir la tranquilidad que conlleva el amplio paquete de resistencias de Invictus, protegido frente a oídio, amarilleo, venas amarillas y, como explicó Reina, “también es nuestra primera variedad en tener resistencia a CGMMV, virus que está causando bastantes problemas últimamente en el campo”.

**L**os hermanos Miguel y Antonio Romera están muy satisfechos con la variedad de pepino tipo Almería Invictus de Seminis en la que ha sido la primera campaña que lo han puesto. Expertos en pepino temprano –llevan seis campañas cultivando esta cucurbitácea–, trasplantaron Invictus en dos fincas el 16 de julio y resaltan su “potencia y mayor recuperación radicular que otras variedades, comprobado después de que haya soportado 40 grados justo cuando tenía diez pepinos de caña”.

A día 13 de septiembre, los hermanos Romera ya habían contabilizado 5,5 kilos de pepino de caña. Además, con respecto a otras variedades que tuvieron de pepino Almería temprano, destacaron que “Invictus tienen también más calidad en la parte de arriba, que es donde más sufre la planta”.

Otra característica fundamental de Invictus es su extraordinaria fortaleza radicular, formando parte del concepto ‘Súper Root-Non Stop’, siendo este aspecto más que importante para conferirle una mayor productividad y defensa ante situaciones de estrés de la planta.

Reina explicó que “con altas temperaturas, el ambiente tan cálido hace que la planta tenga que transpirar mucha agua, para hacerlo necesita una raíz potente porque si no, o se quema la cabeza o la hoja se queda pequeña, no se expande lo suficiente, aspectos que afectan luego a la producción”.

Desde Seminis recomiendan su trasplante desde mediados del mes de julio a los últimos días de

agosto, si bien se puede adaptar en algunas zonas a cultivos más tempranos o tardíos.

La gama de pepino de Seminis se completa con SV5047CE y Teseo. Ambas variedades están indicadas para un ciclo medio, siendo ideal 5047 para trasplantes de finales de agosto y el mes de septiembre, mientras que Teseo se adapta mejor para cultivos algo más tardíos, hasta los primeros días de octubre. Luego, como bien es sabido, la marca de Bayer también tiene una variedad más que consolidada para el segmento de tardío, como es SV0091CE, más conocido como 091.

Reina adelantó que la casa de semillas está trabajando actualmente en el desarrollo de nuevas variedades.



# Casos de éxito consolidan a fytosave® como el preventivo ecológico para el control del oídio

fytosave®, la fitovacuna vegetal de LIDA Plant Research con registro fitosanitario de bajo riesgo, confirma su efectividad como preventivo ecológico para el control del oídio publicando sus casos de éxito

## □ fhalmería Calabacín

“Lida sigue afianzando el liderazgo de las fitovacunas vegetales en el mercado nacional gracias a la consolidación de este producto en cultivos como calabacín, pepino, pimiento y tomate, por su buena eficacia, por su alta compatibilidad con otros fitosanitarios y por el respeto absoluto de los insectos auxiliares”, explica Miguel Sarrión, director comercial nacional de LIDA Plant Research.

La aplicación de fytosave® está destinada a cultivos bajo invernadero (cultivos protegidos bajo plástico) como calabacín, pepino, calabaza, tomate, pimiento, berenjena, melón y uva de mesa y de vinificación.

En este cultivo se ha usado fytosave® con el objetivo de minimi-

zar la agresividad de la enfermedad del oídio y reducir el uso de fitosanitarios químicos para poder recolectar el fruto diariamente sin ninguna preocupación de residuos químicos. Además, durante estos años, se ha observado un aumento de la producción del calabacín entre un 6 y 12% gracias a la acción estimulante del formulado.



## Pimiento

Se ha llevado a cabo el control preventivo de oídio sobre el pimiento con el fin de minimizar la presión de la enfermedad y así evitar defoliaciones y daños im-

portantes en el fruto. Al ser un cultivo de ciclo largo, fytosave® permite producir durante más tiempo en calidad y cantidad sin el desgaste habitual que producen los fitosanitarios químicos en la planta. Además, esta fitovacuna vegetal permite ser mezclada con azufre en momentos de necesidad de acción más curativa y es compatible con los insectos auxiliares muy frecuentes en el pimiento. El resultado es que se ha observado entre un 8 y 13% más de producción.

## Uva de mesa

Se ha llevado a cabo un control dentro de un programa de producción integrada con otros fitosanitarios. Durante el proceso, se ha observado que reduce la virulen-

cia y la presión de estas enfermedades para evitar daños indeseables en racimo cuando la presión y condiciones son muy favorables para el desarrollo de las enfermedades. Además, su aplicación permite producir uva de mesa de calidad y sin residuos para la exportación. Es una herramienta que se ha consolidado como eficaz y segura para controlar mejor estas dos enfermedades en la zona de Alicante y Murcia, principalmente.

LIDA Plant Research ha logrado que fytosave® tenga el registro fitosanitario bajo reconocimiento mutuo con el número de autorización ES-00209 concedido por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente español.

  
**fytosave**  
fitovacuna vegetal

AUTORIZADO  
para uso en  
CULTIVO  
ECOLÓGICO

*Activa y estimula la inmunidad innata de las plantas frente a Oídio*



**fitosanitario de bajo riesgo**  
**CULTIVOS BAJO INVERNADERO**  
tomate, pimiento, berenjena, calabacín, pepino y melón  
vid de vinificación y uva de mesa

  
**LIDA**  
plant research



[www.lidaplantresearch.com](http://www.lidaplantresearch.com)

nº de registro ES-00209



# Un vivero de EE.UU condenado a pagar un millón de dólares por vender variedades ilegales

La empresa vendió arándanos irregulares a productores de Huelva. La sentencia le impone la prohibición permanente para multiplicar y vender estas variedades de la Universidad de Florida

□ Jessica Valverde

Los tribunales estadounidenses han condenado al pago de un millón de dólares a un vivero de Michigan, Hartmann's Plant Company, por la multiplicación y venta sin autorización de variedades de arándano a productores onubenses.

La información aportada desde España ha resultado clave para que la sentencia diera la razón a Florida Foundation Seed Producer (FFSP), empresa titular de los derechos de las variedades vegetales que obtiene con su investigación la Universidad de la Florida. La sentencia impuesta incluye la prohibición permanente a este vivero para producir y vender variedades de arándano obtenidas por

esta universidad y licenciadas por FFSP.

Con el fin de analizar sobre el terreno las prácticas de piratería, John Beuttenmuller, director de la Fundación Florida, ha acudido recientemente a la empresa andaluza Rústicas del Guadalquivir. Beuttenmuller ha señalado que "la investigación de la Universidad de la Florida ha permitido el desarrollo del cultivo del arándano en zonas templadas como las del sur de España, y esto ha proporcionado ya importantes ingresos para el sector, que sigue con excelentes perspectivas de futuro. Pero la sostenibilidad de nuestros programas de mejora varietal y el futuro de nuestra investigación – ha añadido – depende de los royalties generados a nivel global. Por

eso no aceptaremos que se pisoteen nuestros derechos y no dudaremos en denegar licencias a los infractores, tanto de fresa como de arándano".

Por su parte, el presidente de Rústicas del Guadalquivir, José Gandía, señaló que los equipos de la Universidad de la Florida "están muy sorprendidos de que algunos agricultores lleven a cabo este tipo de prácticas corruptas que, desde luego, son preocupantes no solo porque quebranten la ley de propiedad industrial sino también porque distorsionan el mercado, perjudican a los agricultores honrados y dañan seriamente la imagen del sector de los berries de Huelva".

Este suceso ha traído grandes consecuencias negativas para el



Campo de arándanos en Huelva. /FHALMERIA

sector. Desde Geslive (Gestión de Licencias Vegetales) se señala que "la competencia desleal creada por la reproducción ilegal deja a los agricultores y viveristas legales sin el valor añadido y la diferenciación de su producto".

Uno de los riesgos que tendrá graves consecuencias a largo plazo es que los obtentores decidan limitar el acceso o no introducir las variedades de última generación en España, lo que llevaría a la pérdida de competitividad de este sector.




## LOS PRECIOS DE LAS SUBASTAS

en tu iphone o android totalmente gratuitos

Envía la frase 'QUIERO CÓDIGO' a [fhalmeria@fhalmeria.com](mailto:fhalmeria@fhalmeria.com) o un WhatsApp al 679 464 490 y te devolvemos el mensaje con un código de activación de esta APP para que tengas los precios de las principales subastas GRATIS.

- 1** Te descargas la aplicación en App Store o en Google Play. La buscas poniendo su nombre 'Precios Hortícolas'.
- 2** Aceptas las condiciones de uso de la aplicación.
- 3** Abres 'Ajustes'.
- 4** Dentro de 'Ajustes' abres 'Newsletter' y pones tu correo electrónico y el código que se te envió.
- 5** Rellena el formulario que aparece, es muy sencillo, apenas son tres preguntas.



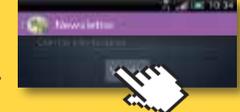
Consíguelo en el App Store



APLICACIÓN ANDROID EN Google play



Cancelar Aceptar





Y ya tendrás GRATIS la aplicación durante toda la campaña 2017-2018 con las principales subastas de Almería, Granada, Murcia y Alicante.

Envía un WhatsApp al 679 464 490 con la frase 'QUIERO CÓDIGO'

Más información en: [publi@fhalmeria.com](mailto:publi@fhalmeria.com) • [www.precioshorticolas.com](http://www.precioshorticolas.com)



# fruit attraction

# 03

FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS



23-25  
OCT.  
2018



30 Aniversario  
1988-2018 **ESCÕBI**



info@escobi.es

+34 950 58 71 01

+34 950 58 74 19

Ctra. La Mojonera 153, 04716 Las Norias de Daza - Almería

www.escobi.es



# Almería muestra su fortaleza con la presencia de medio centenar de empresas hortícolas en Madrid

□ Rafa Villegas

La provincia de Almería ha mostrado su fidelidad a Fruit Attraction desde que hace ahora diez años se celebrara su primera edición. El calendario de la feria, en octubre, es ideal para la que es, sin duda, la 'huerta de Europa', ya que coincide prácticamente con el inicio de su campaña hortofrutícola y, por lo tanto, es el momento adecuado para cerrar acuerdos comerciales.

En esta ocasión, la provincia de Almería, líder andaluza y en los puestos de cabeza en participación de toda España, está presente en Fruit Attraction con un total de 58 espacios expositores, según los datos facilitados por la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía.

Este año, además, cabe resaltar una importante novedad que va a favorecer a muchas empresas de la provincia, como es la puesta en marcha del Flower&Garden, un pabellón completo, el número 1, dedicado al segmento de la flor y la planta viva, en el que la provincia de Almería también es una de las líderes indiscutibles de todo el territorio nacional.

## Participantes

La participación de empresas almerienses relacionadas con el sector hortofrutícola o de la planta ornamental es muy variada. Así, por ejemplo, tendrán espacio expositivo propio comercializadoras de frutas y verduras tan importantes como Agroejido, SAT Agroiros, Agrupaejido, Caparrós Nature SL, CASI, Coprohníjar, SAT Costa de Níjar, Ejidomar, Agroponente, Indasol, La Unión, así como Murgiverde, Primaflor, Unica Group y, por supuesto, Vicasol SCA, entre otras.

En cuanto a casas de semillas que tienen su sede nacional o ibérica en la provincia de Almería, cabe destacar, por ejemplo, a HM Clause Ibérica SA o Rijk Zwaan. A ellas se suman organizaciones agrícolas como APROA, empresas de fauna auxiliar como Kop-



El stand de Coprohníjar en Fruit Attraction 2017. IRAFA VILLEGAS



El presidente de Diputación, Gabriel Amat, el alcalde de Almería, Ramón Fernández-Pachecho y el diputado por Almería en el Congreso, Rafa Hernando, entre otros, en Fruit Attraction 2017. IR. V. A.

per o medios de comunicación especializados como FHALMERÍA, entre otros.

Mención aparte merecen las primeras empresas de la provincia que se han animado a participar en el estreno del Flower&Garden. Se trata, concretamente, de Joepa Sur SL y de Cactus Serrano. Las dos tienen ubicadas sus instalaciones en el término municipal de El Ejido. La primera de ellas es especialista en dipladenias y poinsetia, entre otras plantas ornamentales, mientras que la segunda cuenta con una de las mayores superficies de producción y venta de cactus de toda Europa.

La presencia almeriense en IFEMA, por lo tanto, va a ser, una edición más, más consi-

derable, siendo de las mayores de España y muy superior a la de cualquier provincia andaluza, Comunidad Autónoma que, en conjunto, se presenta en la feria con casi 200 empresas expositoras.

Lo cierto es que a lo largo de los diez años de existencia de Fruit Attraction han sido muchas las empresas almerienses que se han decantado por reducir o eliminar por completo su participación en la feria berlinesa de Fruit Logística para centrarse más en el evento madrileño. Una de las razones fundamentales es la fecha de celebración de ambas citas agrícolas. Y es que, como bien es sabido, la provincia de Almería inicia su campaña hortofrutícola en el mes de septiem-

bre, por lo que en octubre, cuando se celebra Fruit Attraction, aún está a tiempo de hacer negocios para la campaña en curso.

Este año, además, aumenta el número de visitantes profesionales a Fruit Attraction. En concreto, Raúl Calleja los cifró en 70.000 de 120 países, de diez países más que el año pasado, sin duda una oportunidad para que las empresas almerienses sigan abriéndose a nuevos mercados para sus producciones hortofrutícolas.

El conjunto de la Comunidad Autónoma de Andalucía participa en la décima edición de la feria madrileña de IFEMA y FEPEX con un total de 192 expositores, lo que significa que los stands de la provincia de Al-

mería suponen en esta ocasión el 28,1 por ciento del total de participantes de la región.

Dentro de los participantes andaluces no va a faltar, una edición más, la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTEN-DA), así como la consejería de la que depende, la de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. Tampoco faltarán asociaciones como la Asociación de Productores/Exportadores de Frutas y Hortalizas de Andalucía (ASOCIAFRUIT), el servicio de certificación de la producción ecológica CAAE, además de empresas tan importantes como las malagueñas Trops o Viveros Guzmán; la granadina Granada La Palma, la sevillana de certificación Sohiscert o la organización onubense Freshuelva.

Un año más, la oferta de la gran mayoría de los espacios expositores de empresas, organizaciones o instituciones de la Comunidad Autónoma de Andalucía se ubicarán en el Pabellón 9 de IFEMA Madrid. Con excepciones, como por ejemplo la de los stands de aquellos participantes que se ubiquen en pabellones temáticos, como es el caso del número 6, que engloba a las empresas de producción y comercialización de frutas y hortalizas ecológicas, así como el del número 1, en el que se ubican, por vez primera, los participantes que vienen del sector de la flor y planta ornamental.

Cabe recordar que los pabellones 9 y 10 son, con diferencia, los que cuentan con mayor superficie de entre los doce existentes en el complejo de IFEMA de Madrid. Le siguen, por dimensión, los pabellones 3, 4 -este último no se abre en Fruit Attraction-, 7 y 8, siendo un poco más pequeños los pabellones 5 y 6. Los pabellones 12 y 14, por otra parte, presentan un espacio aún más reducido, mientras que los más pequeños de toda la feria son el 1, que alberga este año el Flower&Garden con la oferta de plantas ornamentales y flor, así como el Pabellón 2, que en esta edición de la feria no ha sido necesario abrir al público.

# Nunhems sorprenderá con su potencial de crecimiento en su nueva andadura con BASF

Con el lema 'Siempre Nunhems, siempre contigo', el especialista global llega a la feria Fruit Attraction para reforzar su compromiso de liderazgo en semillas hortícolas

□ fhalmería

**N**unhems, fiel a su centenario espíritu de innovación, mostrará en la próxima edición de Fruit Attraction (stand 9C12) el inicio de una nueva etapa que estará caracterizada por su gran potencial de crecimiento global con el objetivo de multiplicar su capacidad para desarrollar nuevos programas de investigación y para poner a punto variedades hortícolas capaces de revolucionar el mercado mediante nuevos estándares de calidad muy atractivos en el punto de venta y que ayuden a fidelizar al consumidor.

A corto y medio plazo, ya se perfilan nuevos e interesantes horizontes de trabajo para todos los equipos de cultivo de Nunhems, que se beneficiarán de las interesantes sinergias que se establez-

can con el grupo BASF, al que Nunhems se ha unido recientemente. "Seguimos fieles a nuestra filosofía de trabajo, avalada por décadas de éxitos sin precedentes en el mercado y en la producción, pero a la vez con mucha ilusión por crecer, por subir un escalón más hacia nuestro objetivo de liderazgo indiscutible en semillas hortícolas, conscientes del valor que aporta la marca Nunhems", explica Francisco Solera, Country Sales Manager Iberia.

Nunhems ha entrado a formar parte este año del grupo BASF para materializar una alianza estratégica entre dos grandes empresas que no solo comparten valores y visión de futuro, sino que además coinciden en sostener sus relaciones con clientes y proveedores desde dos ejes fundamentales de acción, como son la innovación y la



Maqueta del expositor con el que acude Nunhems a Madrid, ahora con BASF.

sostenibilidad. Nunhems, ahora como marca de semillas hortícolas del grupo BASF, seguirá ofreciendo lo mejor de sí misma gracias al talento, cualificación y profesionalidad de su gran equipo humano. "Este año, que ha sido tan decisivo para nosotros, queremos reconocer el gran valor de todos nuestros equipos y departamentos, porque

gracias a ellos, somos lo que somos", añade Francisco Solera, Country Sales Manager Iberia.

## Fiel a su fórmula de éxito

La compañía de semillas, con el lema 'Siempre Nunhems, siempre contigo', mostrará en la feria Fruit Attraction que sigue fiel a su fórmula de éxito, basada en ofrecer

frutas y hortalizas que no solo responden a las necesidades de todos los eslabones de la cadena alimentaria, sino que en muchos casos se anticipan a los gustos del consumidor y crean tendencia. Así ha sucedido con la sandía Fashion, el melón Galkia o con la línea Q.verde que ofrece el estándar de calidad máxima en pepino.

Además, Nunhems continuará con su firme apuesta por la gestión inteligente de la información sobre mercados y tendencias de consumo, por lo que seguirá ofreciendo a todos los eslabones de la cadena su valor como especialista global, sin olvidar las necesidades locales. "Somos expertos en construir relaciones de confianza y lo vamos a seguir haciendo, ahora con más fuerza desde la potente estructura mundial que compartimos con BASF", añade Francisco Solera.

Visítanos en el stand 9C12  
Visit us at stand 9C12



**nunhems**  
now part of BASF

Always  
Nunhems,  
always  
with you.

Siempre Nunhems,  
siempre contigo.



fruit  
attraction

FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

23-25  
Oct.  
2018

Raúl Calleja  
 • Director de Fruit Attraction

# “Almería es uno de los pilares fundamentales de Fruit Attraction desde el inicio del proyecto”

□ Rafa Villegas

**A**lmería apostó desde el principio por Fruit Attraction, cuando era imposible atisbar el éxito que ha ido cosechando, edición tras edición, en sus diez años de vida. El director de la feria, Raúl Calleja, explica cómo van a celebrar este décimo aniversario y adelanta todas las novedades que se van a encontrar expositores y visitantes.

**- Pregunta.- Fruit Attraction cumple 10 años y lo hace cambiando sus días de celebración tradicionales –de miércoles a viernes- para hacerlo de martes a jueves. ¿Qué pretenden conseguir con esta modificación?**

- Respuesta.- Veíamos que cada vez se estaba concentrando la actividad los dos primeros días de feria, miércoles y jueves, y el último día, el viernes, menos, día cada vez menos laborable a partir del mediodía, por lo que hemos buscado repartir toda la afluencia de visitantes entre tres días plenamente laborables y que permitan al expositor rentabilizar su inversión en el evento.

**- P.- La feria crece cada año en espacio y número de participantes. ¿Qué cifras barajan de cara a esta edición?**

- R.- Este año cerraremos con 1.600 empresas expositoras, son unos 6.000 metros cuadrados netos más de exposición con respecto a la pasada edición. Pasamos de ocupar seis a ocupar ocho pabellones. También es cierto que al incorporar un área nueva expositiva, la Flower & Garden Attraction, para el sector de flor y planta viva, y que necesita identidad propia, les hemos reservado el Pabellón 1 de la feria. En cuanto a nivel de participantes profesionales, esperamos que el conjunto del evento reúna a unos 70.000 procedentes de 120 países, de diez países más que el año pasado. Todo ello con la intención de seguir incrementando el número de países a los que exportar nuestras frutas y hortalizas

**- P.- ¿Qué expectativas tienen puestas en la novedad del Flower & Garden Attraction?, ¿Por qué han decidido incluir en la feria este segmento?**

- R.- Todos los años, en las encuestas que hacemos a nuestros visitantes internacionales dentro de la feria, les preguntamos qué sectores no encuentran con respecto a su trabajo en Fruit Attraction. Gracias a esto hemos ido incorporando, año tras año, nuevos sectores con entidad propia, como ha sido el sector de los frutos secos, y veníamos observando cómo el sector de la flor y planta ornamental venía cogiendo cada vez más peso. Todos sabemos que el tipo de consumo y distribución en Europa de flor y planta no tiene nada que ver con el de España. Es muy habitual encontrar en los supermercados europeos típicas góndolas con producto de plan-



Raúl Calleja. / RAFA VILLEGAS

ta ornamental o flor, allí es más una ‘comodity’ que un producto. Se ha hecho, por lo tanto, con el objetivo de dar satisfacción a esta petición por parte de los visitantes. Vemos a este sector con recorrido en la feria, como un proyecto a medio y largo plazo. Entendemos que puede ser una fórmula que puede ayudar a las empresas productoras y comercializadoras de flor y planta viva a canalizar vía la distribución sus productos.

**- P.- El aumento del espacio que registra la feria cada año, sumado a la inclusión de nuevos segmentos, como el de flor y planta viva, ¿no considera que en el medio-largo plazo IFEMA se les va a quedar pequeño?, ¿qué alternativas barajan?**

- R.- Nosotros tenemos que ir velando año tras año, es necesario seguir invirtiendo para garantizar más demanda. El tamaño de los expositores de la feria sigue siendo muy similar al de pasadas ediciones, de alrededor de 25 metros cuadrados. Esto significa que se incrementa la superficie gracias a un mayor número de empresas que participan y no a un incremento del espacio por parte de las expositoras habituales. Esto es positivo porque nosotros seguimos apostando porque la feria crezca gracias a que haya más oferta expositiva, más productores y comercializadores ofreciendo productos. El límite lo define el mercado y la capacidad que tengamos como organizadores de la feria, conjuntamente con el sector, para que cada edición sea capaz de ofrecer un retorno desde un punto de vista de la comercialización. Queremos que Fruit Attraction forme cada año parte del calendario anual de las empresas, que sea el lanzamiento y la puesta en escena de las nuevas variedades que incorporan al mercado, y eso siempre tendrá valor, más allá del propio crecimiento físico de la feria, por lo que tenemos que seguir apostando por crecer el número de visitantes, y que

cada vez sean de mayor nivel, también de mercados más lejanos, y profundizar en los que tienen mucho potencial. Por eso desarrollamos el concepto de país importador invitado, que este año es Canadá, y todos los países de la península arábiga, que se están comportando muy bien en cuanto a sus importaciones de frutas y hortalizas desde España, con capacidad, con recorrido y con potencial. En este sentido, lo que buscamos realmente, más allá del crecimiento físico de la feria, que al final es el resultado de todas las acciones que se hacen, es que realmente la feria sea rentable para las empresas hortofrutícolas españolas.

**- P.- A todo ello se le suma un sinfín de actividades paralelas a la feria. ¿Qué importancia tiene este complemento que ofrece Fruit Attraction?**

- R.- Cuando hablamos de frutas y hortalizas parece que hablamos de términos muy genéricos, pero es verdad que cada producto tiene sus propias peculiaridades, sus propios mercados y necesidades. Nosotros siempre hemos querido centrar estratégicamente el evento en tres grandes patas: una de ellas es la comercialización, es decir, tenemos que ser capaces de ofrecer una herramienta rentable para que las empresas puedan vender, que la feria no sirva solo para mostrar; otro punto es la innovación, apostamos por ayudar a las empresas que elijan Fruit Attraction como el lugar donde presentar todas sus novedades, sus innovaciones, algo que da mucho valor a una feria; una tercera pata muy importante es el conocimiento. España es un país que está en los primeros puestos en conocimiento, investigación; es de los más activos y dinámicos en este segmento. En este sentido, el organizar eventos específicos para cada segmento del mercado entendemos que es fundamental. Fruit Attraction no solo es un punto de comercialización, sino que ha de ser un foro de

debate, un punto de encuentro de conocimiento donde los mayores expertos del mercado se dan cita compartiendo lo que saben, tendencias. Organizamos el Biofruit Congress, congreso específico para la fruta y verdura ecológica, con cada vez mayor nivel de crecimiento, sobre todo en los países europeos. Fruit Attraction ha de ser un instrumento al servicio del mercado, que le ayude y que le acompañe en su proceso de crecimiento como punto de encuentro comercial, como punto de encuentro para conocer toda la innovación y como punto de encuentro para compartir este conocimiento. También está muy consolidado Fruit Fusión, espacio gastronómico dirigido al Canal Horeca, que este año tiene el lema ‘Sabor a origen’ para poner en valor las producciones locales. Diferentes cocineros de toda España estarán mostrando las oportunidades culinarias de nuestros productos de diferentes zonas.

**- P.- Almería ha sido fiel a la feria desde el minuto 1. ¿Qué importancia tiene la provincia en Fruit Attraction?**

- R.- Almería es uno de los pilares fundamentales desde el origen del proyecto, desde hace 10 años. Nuestras relaciones con COEXPHAL han sido muy cercanas, es una de las participaciones más importantes que existen, no solo dentro de Andalucía, sino también del conjunto de Fruit Attraction en cuanto a número de empresas. Es el fiel reflejo de la capacidad productiva y exportadora que tiene toda la zona almeriense. De la misma manera, en el sector de la flor y planta ornamental somos conscientes de que Almería también es fundamental. Es un orgullo y un honor acompañar al sector hortofrutícola almeriense en su gran fiesta durante estos diez años.

**- P.- ¿Van a celebrar de manera especial el décimo aniversario del evento?**

- R.- Este año tiene un carácter conmemorativo muy especial. El primer día de feria, el día 23 por la tarde, de ocho a once de la noche, haremos una fiesta abierta a todos los expositores y visitantes que nos estén acompañando en la jornada inaugural. Tendrá lugar en la plaza central, con música en directo, presentaciones, sorteo de regalos, va a ser una fiesta muy abierta, muy dinámica, muy informal, en el sentido de que tiene como intención agradecer a todo el conjunto de la industria hortofrutícola que nos ha acompañado durante estos diez años. Queremos celebrarlo con ellos. Brindaremos y comeremos juntos. Además, haremos también pequeños homenajes a todas las empresas que nos han acompañado ininterrumpidamente en estos diez años. De las 353 empresas que participaron en la primera edición, 115 son las que han cumplido fielmente con la cita de forma ininterrumpida.

# Coprohníjar triplicará en 2019 su producción ecológica en relación a la campaña anterior

Durante este mes de octubre comenzarán las obras de una nueva nave con la que la empresa almeriense pretende responder a la demanda del sector de este cultivo

□ Almudena Fernández

**C**oprohníjar, empresa almeriense constituida en 1987, es ya una veterana en su presencia en Fruit Attraction. Este año, acuden a la feria especializada de Madrid para nuevamente reunirse con buena parte de sus clientes con los que continuar consolidando lazos comerciales en una campaña agrícola 2018/19 que se presenta con varias novedades.

En esta línea, el presidente de Coprohníjar, Juan Segura, ha confirmado a FHALMERÍA que la apuesta por la producción ecológica volverá a ser la seña de identidad de esta empresa. De hecho, durante esta campaña, la superficie de ecológico con la que trabajará la cooperativa nijareña casi triplicará a la de la campaña anterior. “En producción ya tenemos casi 85 hectáreas de ecológico y, para septiembre de 2019, nuestras estimaciones hablan de entre 140 o incluso 150. Todo, cuando hace justo un año, teníamos 30 hectáreas en ecológico”, manifestó Segura.

Para cubrir toda esa demanda del mercado de producto ecológico, en Coprohníjar han hecho una apuesta inversora que se destinará a la construcción de una nueva nave de 12.000 metros cuadrados, en las inmediaciones de la actual. Juan Segura explicó que en pocos días comenzarán las obras con el



Juan Segura, presidente de Coprohníjar. / A. F. V.

fin de que para la próxima campaña agrícola pueda estar plenamente operativa.

## A la búsqueda del sabor

La innovación es también una marca de Coprohníjar y en ello se afanan campaña tras campaña. “Nuestro reto cada campaña es el mismo. Continuar mejorando en aquello que ofrecemos con éxito al mercado. Contamos con una amplia extensión para ensayos en la que cada año se realizan pruebas con la intención de continuar mejorando para lograr variedades que sean rentables, tanto para el productor como para el consumidor. Esa es nuestra premisa. Seguir investigando y ver cómo mejorar lo que tenemos”, indicó el presidente de la cooperativa. En el amplio catálogo de productos

que ofrece Coprohníjar, la apuesta por el sabor es una constante. El propio Juan Segura reconoce que la principal demanda del mercado va en esa línea y, como empresa especializada en tomate, es una tendencia en la que no cesan en su empeño de aportar lo mejor. “El mercado demanda sabores de antaño. Durante unos años se apostó por variedades muy productivas y se olvidó el sabor pero, afortunadamente, eso está cambiando y ya hay variedades que se ajustan a las necesidades de todos los eslabones. Nosotros tenemos unos ensayos muy interesantes en cherry pera a este respecto; y algo también en cherry redondo, que nos hace ser optimistas en cuanto al buen sabor que aportamos al mercado”, aseguró el presidente de Coprohníjar.

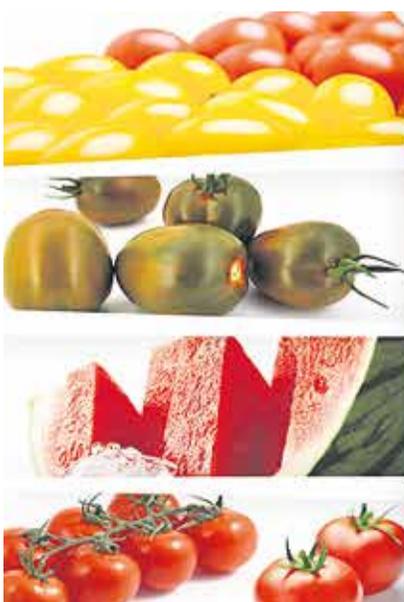
## Primeros pasos de la campaña

En cuanto a los primeros pasos de la campaña agrícola 2018/19 en Almería, Juan Segura reconoce la dificultad de hacer previsiones. “Hasta el momento, los precios no han sido boyantes pero sí ha sido un inicio de campaña estable y, lo mejor, la incidencia de virus ha sido menor que la campaña pasada, que hubo incluso que arrancar plantas. Las expectativas son siempre positivas, vamos a ver luego la realidad”, aseguró el presidente de Coprohníjar.

La empresa, reconocida como Organización de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH) desde 1997, ha sido pionera en la puesta en práctica de la producción integrada en el cultivo de tomate de Almería, cultivo del que llega a comercializar 25 millones de kilos cada año, solo en variedades cherry, y hasta 33 millones si se suman otras especialidades como tomate pera o rama. En el año 2002, recibió por parte de la Consejería de Agricultura el galardón por el interés constante en la mejora de la calidad de sus productos.



Vista general del expositor de la cooperativa nijareña en su participación en Fruit Attraction en 2017. / RAFA VILLEGAS



Lo natural  
es lo nuestro

**COPROHNÍJAR**

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

En Coprohníjar, esforzarnos por la calidad es algo muy natural, por eso LO NATURAL ES LO NUESTRO.

# Las nuevas variedades de tomate cherry de Diamond Seeds garantizan un éxito seguro gracias a su excelente sabor, atractivo color y elevada postcosecha

□ fhalmería

La casa de semillas Diamond Seeds ofrece un amplio catálogo de variedades de tomate cherry que se adaptan, perfectamente, a los distintos ciclos de cultivo, así como a las demandas de agricultores y consumidores, puesto que se caracterizan, principalmente, por su color, sabor, elevada postcosecha y amplio paquete de resistencias.

## Cherry pera

Seventy F1 es una variedad que está presente en los principales mercados con una gran aceptación por las empresas productoras y cadenas de supermercado, destacando por su doble aptitud tanto para recolección en rama como en suelto, sus frutos son tipo aperado de un color rojo brillante muy atractivo y excelente sabor, alcanzando hasta los 11°brix de dulzor. Otra de las cualidades que hace que Seventy sea una variedad muy interesante para toda la cadena es su elevada post-cosecha y excelente comportamiento frente al rajado de frutos. A esto hay que añadir sus resistencias a los principales virus. (HR): V, Fol:1-2, ToMV; (IR): TSWV, TYLCV, Ma, Mi, Mj.

TCP1208 F1 es una variedad en la misma línea de sabor, especialmente indicada para ciclo largo y recolección en ramo por su disposición en forma de raspa, con frutos de excelente postcosecha y sabor, planta de vigor medio y resistencias. (HR): V, Fol:1-2, ToMV; (IR): TSWV, TYLCV.

## Cherry Redondo

En lo que respecta al tomate cherry redondo, Diamond Seeds apuesta por Kaiko F1 (Cuki F1), una variedad con doble aptitud ramo y suelto, que destaca por su elevada producción y calidad de frutos de una gran firmeza, unida a su excelente sabor, algo demandado por los clientes más exigentes. Esto unido a un paquete completo de resistencias (HR): V, Fol:1-2, ToMV; (IR): TYLCV, Ma, Mi, Mj., lo hacen una de las variedades más intere-



■ Tomate TCR 1520 F1

santes del mercado. Se trata de un tomate que está recomendado para ciclo largo en trasplantes de agosto en Almería.

Por otro lado, cabe destacar la variedad de cherry redondo TCR1554 F1 indicada para recolección en suelto y, especialmente, para trasplantes tempranos y ciclo corto. Se trata de un tomate que destaca por un intenso color rojo y un nivel de azúcar muy elevado. Resistencias (HR): V, Fol:1-2, ToMV; (IR): TYLCV, Ma, Mi, Mj.

## Especialidades

Diamond Seeds sigue evolucionando dentro de la innovación y presenta algunas especialidades como TES 1529 F1, variedad cocktail pera tigre, con maduración en tonos rosados, y muy



■ Tomate TCC 1201 F1.

carnoso en boca, que lo hace realmente especial. Resistencias: (HR): V, Fol:1-2, ToMV; (IR): Ma, Mi, Mj.

Naranjito es una variedad de cherry redondo naranja, que se caracteriza por su elevada producción, color naranja intenso muy atractivo y gran postcosecha de frutos. Resistencias: (HR): V, Fol:1-2, For, ToMV; (IR): Ma, Mi, Mj.



■ Tomate TES 1529.



## Diamond Seeds hace entrega del crucero de lujo por el Mediterráneo a su ganador, Manuel Aragonés

Diamond Seeds sigue sorprendiendo a sus clientes que apuestan por los tomates de sabor, regalando un crucero de lujo por el Mediterráneo. El pasado 26 de septiembre, Eduard Roig, director comercial de la casa Diamond Seeds, hizo entrega del premio que se sorteó para todo aquel que participó de la compra de plantel a los diferentes semilleros que fidelizaron el tomate Katon F1 y Marmo F1, como los mejores tomates de sabor, calibre y calidad que están siendo referencia en todo el mercado semi-profesional.

El señor Manuel Aragonés y su esposa fueron los agraciados, que recibieron, gracias a la compra, en este caso del tomate Katon F1, el premio de un viaje, durante una semana, por el Mediterráneo. El semillero que repartió la suerte fue Viveros Elizalde de Sangüesa, Pamplona, siendo el número agraciado el 08450.

# El equipo comercial de Semillero Saliplant visitará la feria como punto de encuentro con clientes y proveedores

La empresa encuentra cada año en Fruit Attraction nuevas ideas y oportunidades de negocio y de mejora de su servicio

□ Elena Sánchez

Una edición más, Semillero Saliplant tendrá presencia en Fruit Attraction, ya que el equipo comercial de la empresa visitará la feria “para conocer las tendencias del mercado y como punto de encuentro con clientes y proveedores”, explica Juan Antonio Hurtado, responsable del Departamento Técnico de Saliplant.

Como cada año, la feria hortofrutícola de Madrid presenta grandes oportunidades para los profesionales del sector en diversos ámbitos, ya que son numerosos los visitantes que se dan cita en IFEMA durante los tres días que dura el evento para conocer las novedades que se presentan de un año para otro. Según indica Juan Antonio Hurtado, “edición tras edición, encontramos en Fruit Attraction nuevas ideas y oportunidades de negocio y de mejora de



nuestro servicio, siendo conscientes de la importancia de estar lo más cerca posible del agricultor. Esperamos, por tanto, que esta nueva edición esté a la altura de las citas anteriores”.

Por otro lado, Saliplant también contará con presencia en Flower & Garden Attraction, donde dará a conocer Hobby Saliplant, una línea para agricultores aficionados que tiene el reto de hacerles llegar a todos ellos el conocimiento del productor profesional en un producto de alta calidad y muy versátil. En esta décima edición de Fruit Attraction, Hobby Saliplant estará presente con un stand ubicado en el pabellón 1, en el que “tendremos la oportunidad de mostrar nuestras más de 300 referencias, así como también será un punto de encuentro con clientes y potenciales clientes”, concluye Juan Antonio Hurtado, responsable del Departamento Técnico de Saliplant.

**+de 145 millones de plántulas**

al año distribuidas a nivel nacional e internacional

**+de 250 empleados**

dedicados a la obtención de la mejor plántula hortícola



Una empresa actual, ágil e innovadora.

**1er**  
semillero miembro en España

Somos **GLOBAL G.A.P.**  
Buenas prácticas agrícolas

958 623 376 | [www.saliplant.com](http://www.saliplant.com)

Ctra. Almería, Nacional 340 · Km. 341 · 18730 Carchuna · Granada (España)  
F. +34 958 623 920 · [semillero@saliplant.com](mailto:semillero@saliplant.com)

**Saliplant**  
semilleros

CARCHUNA · MOTRIL · ZAFARRAYA · CASTELL DE FERRO · EL MORCHE · PUNTALÓN · SANTA FE · ALBUÑOL

# Los tomates de ISI Sementi, el pera ISI 52055 F1 y el rama de calibre Botero F1 causan sensación en Almería

□ fhalmería

Las dos variedades de tomate pera, ISI 52055 F1, y tomate rama, Botero F1, de ISI Sementi han causado una gran expectación en los productores y comercializadores durante la campaña pasada tanto en otoño como en primavera, ya que en ambas están reunidas las bases en las que está trabajando el departamento de genética y biotecnología molecular de ISI: el sabor, color, producción, resistencia y conservación.

La variedad de tomate pera ISI 52055 F1 es ideal para ciclo corto, ya que destaca en el ciclo de otoño por su excelente precocidad y producción. Se trata de una variedad adaptada a trasplantes precoces, ya que tiene un comportamiento y cuajado excelente con calor. Además de poder hacer trasplantes tempranos, este tomate tiene otra gran cualidad que es su precocidad en producción y maduración adelantándose el inicio de recolección entre 7-10 días a otras variedades, lo que supone un beneficio importante para el productor. En el ciclo de primavera ha seguido destacando por su precocidad, su excelente color, producción y su buen aguanete al calor, teniendo muy buena adaptación a invernaderos de malla y aire libre. Otros factores que destacan de ISI 52055 F1 son su color, sabor y dureza. Siendo, así mismo, excelente para cultivos ecológicos por su elevado nivel de resistencias a virus, hongos y nemátodos: HR: ToMV/Va/ Vd/ Fol 0-2/Pf (Ff A-E)/TSWV/. IR: TYCLV, Ma Mi Mj.

## Rama

Dentro de la tipología rama, la variedad Botero F1 también ha destacado durante toda la pasada campaña por ser un tomate ramo de buen tamaño con un porcentaje muy alto de fruto de calibre G, lo que proporciona unos ramos de alto peso, o si se desea hacer la recolección en suelto, frutos de color rojo intenso y de gran firmeza. Es una planta fuerte y vigorosa con muy buena tolerancia a las inclemencias climáticas tanto en frío como calor. Se adapta muy bien a



■ Botero F1.

los dos ciclos de cultivo de otoño y primavera proporcionando en ambos un excelente color rojo intenso y sin problemas de manchado, además de que tiene muy buen comportamiento en invernaderos de malla y aire libre. Al igual que la variedad anterior de pera, aunque sean de tipologías de gran sector en el mercado, ambas tienen la base de fuerza de ISI Sementi que es proporcionarlas con un excelente sabor. Otros factores destacables en Botero F1 son su buena conser-

vación y su gran nivel de resistencias, muy bien adaptado al cultivo ecológico. Resistente (HR) : ToMV/Fol:0,1/For/Va/Vb/TSWV y (IR) : TYLCV/Ma/Mi/Mj.

Ambas variedades, junto con todo el resto de la gama de ISI sementi, y las variedades que entran en las dos marcas de tipología de producto Pomo Rosa® y Gocce di Sapore®, se podrán observar y degustar en el stand que ISI Sementi tiene en FruitAttraction situado en Hall 9, stand 9A04.



■ Botero F1.



■ ISI 52055 F1.



■ ISI 52055 F1.

LOS PRODUCTOS ESTÁN EXPUESTOS EN EL ÁREA INNOVATION HUB

## El día 25 se conocerá a los ganadores de los Premios Accelera a la Innovación y Emprendimiento

Existen dos modalidades, premio Fresh Produce y premio F&amp;V Industry

□ Elena Sánchez

En esta décima edición de Fruit Attraction, la organización de la feria ha puesto en marcha los Premios Accelera a la Innovación y el Emprendimiento, sin duda una iniciativa que ya es fundamental para el apoyo a la apuesta emprendedora empresarial del sector.

Según ha dado a conocer la organización del evento, las candidaturas presentadas pertenecen a empresas expositoras o coexpositoras en Fruit Attraction 2018 y están en fase de comercialización desde el 1 de septiembre de 2017.

### Innovation Hub

Asimismo, todas las candidaturas tienen expuestos sus productos en el área Innovation Hub (en el paso entre los pabellones 6 y 8) durante los tres días de celebración de la feria. Igualmente, para poder acceder al premio económico, los participantes deberán de exponer sus candidaturas ante el jurado de los Premios Accelera el jueves 25 de oc-

tubre por la mañana, en horario de 11 a 13 horas. Tras su defensa, y la deliberación del jurado, se elegirá al ganador y se procederá al acto de entrega de premios (a partir de las 13:30 horas), también en el mismo lugar.

Los galardones están dirigidos a las empresas participantes que presenten el mejor proyecto de producto o servicio para la industria hortofrutícola, valorando criterios de innovación, sostenibilidad, tecnología aplicada y conocimiento.

### Modalidades

Los premios cuentan con dos modalidades. La primera de ellas es Fresh Produce, cuyo vencedor recibirá 6.000 euros. Este premio recaerá en productos novedosos en las categorías de frutas frescas, hortalizas frescas, hierbas aromáticas y especias IV y V gama y en productos transformados, bien congelados, en conserva, concentrados o deshidratados.

La segunda modalidad que se ha dado a conocer es el premio F&V Industry (dotado

también con 6.000 euros para el vencedor), que se centrará en novedades en semillas e insumos como los fertilizantes, agronutrientes y fitosanitarios; también en los sectores de viveros y pre-cosecha, transporte y logística, empaquetado y etiquetado, postcosecha, Smart Agro y punto de venta.



nuestra investigación se basa en una gran pasión...



### Research & Italian Passion

Ponemos la pasión y el gusto mediterráneo en todo lo que hacemos, porque creemos en los valores de la Tradición, e innovamos de manera sostenible, para ofrecer al mercado productos únicos.

10 years fruit attraction  
INTERNATIONAL TRADE SHOW FOR THE FRUIT AND VEGETABLE INDUSTRY

PAB. 9 - STAND 9A04

ISI SEMENTI s.p.a.

www.isisementi.com

# Ecoinver gana fuerza en misiones comerciales en el mercado internacional

La empresa almeriense continúa siendo líder en pepino mini a la vez que amplía mercado en productos como la berenjena mini o pimiento sweet bite

□ Almudena Fernández

La empresa almeriense Ecoinver, de marcado carácter familiar y tras celebrar más de una década al servicio de los agricultores más exigentes, ha dado durante la campaña 2017/18 un gran paso en cuanto a las misiones comerciales en el mercado internacional donde ya es frecuente su asistencia a eventos y promociones. Según declararon a FHALMERÍA, “las misiones nos permiten reunirse con empresas consolidadas que buscan productores directos de determinadas hortalizas que Ecoinver puede ofrecer con plenas garantías. El objetivo de estos encuentros es que el producto llegue cuanto antes al mercado para que no se pierdan las características óptimas de las hortalizas con las que comercializamos”. De esta forma, la empresa productora y exportadora

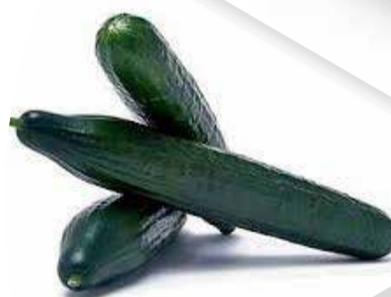
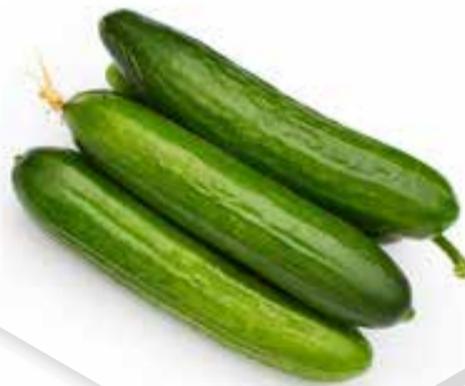
con base en El Ejido ha participado ya en eventos celebrados con mercados de Londres, Italia, EE UU, Canadá, Hungría y Rumanía.

Ecoinver crece año a año de forma paulatina. Ese crecimiento ha llevado a la empresa, dirigida por Ramón Segura, a aumentar sus instalaciones. Los últimos cambios supondrán la ampliación en 150 metros cuadrados de la zona de administración, del departamento de control de calidad y del comercial, además de la zona de envasado.

Otra de las claves del éxito de Ecoinver está en la profesionalización de sus trabajadores, cuya plantilla se ha visto incrementada en los últimos meses. Además de contar con profesionales altamente cualificados, desde la empresa han venido implementando el desarrollo de cursos y talleres con los que continuar ampliando conocimientos con el objetivo de tener una plantilla plenamente formada ante las nuevas exigencias y retos del sector agroalimentario. Todo ello, además, con la incorporación de más tecnología con equipos informáticos de última generación.

“El objetivo de estos encuentros es que el producto llegue cuanto antes al mercado para que no se pierdan las características óptimas de las hortalizas con las que comercializamos”

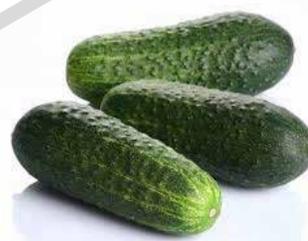
MINI HOLANDÉS



HOLANDÉS



SNACK



ESPAÑOL



FRANCÉS

SWEET BITE



CALIFORNIA



PALERMO

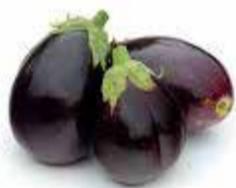


PICANTES

NORMAL RAYADA



NORMAL NEGRA



MINI NEGRA



MINI RAYADA

CHERRY



RAMA



PERA





**Productos**

Finalmente, si hay un producto por el que Ecoinver se caracterice es el pepino mini, producto estrella que ocupa buena parte de su volumen de producción. Sin embargo, en la última campaña también han ganado fuerza hortalizas como la berenjena mini (rayada y negra) o el pimiento sweet bite, además del pimiento California que, aunque crece,

aún no presentan grandes volúmenes como el resto del catálogo.

En el caso del pimiento, la gama de Ecoinver incluye: Sweet bite, Sweet Palermo®, Capia rojo y blanco, California, pimientos picantes (Chili, Habanero, Scotch Bonnet).

Por lo que se refiere al tomate, hasta sus instalaciones llegan las variedades de pera Caniles,

“Somos especialistas en personalizar la confección de la manera que demande el cliente”

pera Intense, tomate rama, cherry pera, cherry rama y tomate tipo Ensalada.

Mientras que en el caso del pepino, Ecoinver trabaja con las variedades francés, español, midi, snack y mini.

En definitiva, Ecoinver, que cuenta con las certificaciones IFS Food y Grasp y es miembro de GlobalGAP, ha sentado durante estos años las bases de su creci-

miento en la calidad y la especialización. Esta consolidada empresa tiene flexibilidad para realizar cualquier tipo de pedido, ya sean pallets compuestos o enteros, en distintos envases (cartón, EPS, IFCO, madera, etc.), al igual que en las formas de confección y manipulado. Además, dispone de un amplio horario de atención al cliente que, ahora, el mercado internacional está demandando.



# Ecoinver



*Unique products for unique people*  
*Productos únicos para gente única*





Pruebas y ensayos de control de UNIQ en ITENE.



Envase de UNIQ.

# UNIQ presenta el primer software diseñado para seleccionar el tipo de embalaje óptimo en cartón ondulado para frutas y hortalizas

□ fhalmería

UNIQ, el sello de calidad agrícola para envases de cartón ondulado, participa en la X edición de la feria Fruit Attraction, punto de encuentro clave para el sector hortofrutícola mundial, con más de 70.000 profesionales de 120 países.

Un año más, UNIQ participa en el evento hortofrutícola del año, en este caso concretamente con espacio expositor en el Pabellón 3 stand 3C13, en el recinto ferial de IFEMA Madrid del 23 al 25 de octubre, mostrando las últimas novedades sobre su sello de calidad a la comunidad profesional.

## Novedad

Además, dentro de su plan estratégico de mejora continua en el ámbito de la innovación y desarrollo, UNIQ presentará en el marco de la feria el primer desarrollo de software creado para seleccionar el tipo de embalaje en cartón ondulado que mejor se adapte a las frutas y verduras, permitiendo saber cuál es la caja perfecta para su transporte y conservación.

Operar en un mercado cada vez más global, hace muy necesaria la diferenciación. UNIQ aporta soluciones con un alto grado de calidad, innovación, diseño y estandarización de medidas, lo que



permite optimizar los procesos de envasado, almacenaje, transporte y logística.

## Líderes

La presencia de UNIQ en Fruit Attraction 2018 supone consolidación para seguir posicionando la marca y avalar su liderazgo en

el sector. Cabe recordar que UNIQ cuenta con más de 40 plantas de fabricación adheridas al proyecto.

En definitiva, esta feria consolidará el sello de calidad UNIQ como referente internacional en el mercado de los envases en cartón ondulado para productos hortofrutícolas.

“ Operar en un mercado cada vez más global, hace muy necesaria la diferenciación. UNIQ aporta soluciones con un alto grado de calidad, innovación, diseño y estandarización de medidas ”



Junto a IFEMA y FEPEX

## El Ministerio de Agricultura organiza una jornada sobre la apertura de nuevos mercados

□ **Rafa Villegas**

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación organiza, junto a IFEMA y FEPEX, la jornada 'La apertura de nuevos mercados: negociaciones bilaterales y logística', con la que se pondrán sobre la mesa las nuevas oportunidades que existen de comercio hortofrutícola con nuevos mercados, especialmente con los asiáticos, además de abordar otros temas relacionados con la logística del transporte previa a la exportación a países terceros.

La cita es una de las jornadas que se celebran en el marco de Fruit Attraction y tendrá lugar, concretamente, el martes 23 de octubre, primer día de feria, de cuatro a cinco y media de la tarde en la Sala de Prensa de IFEMA, ubicada en la primera planta del edificio de oficinas.

La inauguración del evento correrá a cargo del director general de Sanidad de la Producción Agraria, Valentín Almansa, y se centrará en tres temáticas abordadas por los responsables del Ministerio de Agricultura, así como el Ministerio de Industria y Comercio, responsables de las negociaciones comerciales con países terceros.

En concreto, en la jornada se analizará la negociación de los protocolos bilaterales de exportación a países terceros, de lo que se encargará el subdirector general de Acuerdos Sanitarios y Control en Frontera del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Miguel Ángel Martín. También se abordará el tema de los acuerdos de libre comercio y nuevas oportunidades en el mercado asiático, en este caso a cargo de la subdirectora general de Inspección y Certificación y Asistencia Técnica del Comercio Exterior del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Alicia Sánchez. En tercer lugar, está prevista la presentación del estudio de la logística del transporte previa a la exportación a países terceros, apartado que correrá a cargo de la jefa de Área de la Subdirección General de Acuerdos Sanitarios y Control en Frontera del Ministerio de Agricultura, Rosa Bernardo.

Cabe recordar que las exportaciones españolas de frutas y hortalizas se situaron en 7,6 millones de toneladas y 8.241 millones de euros de enero a julio de 2018, según los últimos datos actualizados

de la Dirección General de Aduanas. De estas cantidades el 94 por ciento tanto del volumen como del valor se destinó a la Unión Europea: 7,2 millones de toneladas y 7.716 millones de euros. Las ex-

portaciones fuera de Europa se situaron en 265.589 toneladas, lo que ha supuesto un 4 por ciento menos y 276,1 millones de euros, un 9 por ciento menos representando solo el 3 por ciento del total de la exportación.

### Exportación de hortalizas

La exportación de hortalizas españolas en 2017 retrocedió un 3,7 por ciento, totalizando 5,1 millones de toneladas y el valor aumentó un 1 por ciento, ascendiendo a 5.267 millones de euros. Las principales hortalizas expor-

tadas desde el territorio nacional fueron tomate -producto estrella de la provincia de Almería- con 809.527 toneladas (-11%) y 1.003 millones de euros (+3,7%); lechuga con 761.905 toneladas (+1,4%) y 662,8 millones de euros (+1,2%), pimiento con 686.558 toneladas (-2,1%) y 954 millones de euros (+2,5%) -el otro producto estrella de la provincia almeriense, pepino, con 626.689 toneladas (-0,7%) y 566,2 millones de euros (+3,4%) y coles con 446.895 toneladas (-4%) y 479,5 millones de euros (+4,8%).

UNIQ  
garantía · calidad · cartón

Descomposición:  
2 meses

Descomposición:  
400 años

DESCUBRE MÁS EN FRUIT ATTRACTION.  
IFEMA, 23 AL 25 DE OCTUBRE 2018  
PABELLÓN 3. STAND 3C13

AFCO

SOMOS GARANTÍA, SOMOS CALIDAD,  
SOMOS CARTÓN, SOMOS UNIQ  
www.grupouniq.com | www.afco.es



## Adora® triplica su superficie de producción gracias a la demanda que genera su excelente sabor

Este tomate, marca de la casa de semillas HM.CLAUSE, se refuerza con la creación de Verdita, la empresa creada por cuatro prestigiosas compañías del sector: CASI, Biosabor, La Palma y Unica Group

□ Almudena Fernández

La feria Fruit Attraction fue, en su edición de 2017, el escenario elegido para la presentación oficial del 'tomate único' de HM.CLAUSE. Un año después, Adora®, el marmande de la multinacional francesa vuelve a la feria madrileña con expositor propio tras haberse ganado, de forma merecida, un espacio en el catálogo de tomates Premium a los que puede acceder el consumidor.

Más aún, Adora® se refuerza con la creación de Verdita, la empresa nacida de la mano de cuatro prestigiosas compañías del sector que tendrán como finalidad impulsar esta marca en el mercado europeo. Para la campaña agrícola 2018/19, la superficie de producción de este tomate de HM.CLAUSE va a triplicarse, en buena parte gracias a la confianza depositada por nuevas empresas que se suman al proyecto como Unica Group. Junto a estas, permanecen como empresas productoras de este excelente tomate Cooperativa La Palma, CASI y Biosabor. "Adora® ha seguido conquistando mercados y ha cumplido con las expectativas que tenían éstos respecto a calidad, color y, sobre todo, sabor", aseguró Manuel Ferrer, responsable del proyecto Adora®.



### Calidad

El sistema de auditorías que rodean al proyecto Adora® ha sido responsable de la garantía de calidad de este tomate. No en vano, el protocolo implantado por la marca ha permitido que Adora® sea una realidad sustentada precisamente en la calidad y diferenciación. En esta línea, Manuel Ferrer destaca que existe personal encargado de comprobar que solo

“Cada una de estas etiquetas lleva la identificación de cada parcela. En definitiva, se trata de ‘una trazabilidad total’ encaminada a un estricto control de calidad que no defrauda al cliente”

el tomate que cumpla con los requisitos de calidad que se han marcado lleve finalmente el sello de Adora®. En definitiva, esta campaña habrá nuevamente un estricto control de calidad en las parcelas de cultivo y en los centros de manipulado con el fin de no defraudar al consumidor final que demanda ese tomate de excelente sabor.

Adora® es cada vez una marca más conocida que forma parte de la oferta de los supermercados Premium de mercados internacionales como Alemania, Francia, Suiza, Inglaterra, Italia y Holanda, además del propio mercado nacional donde cada vez su presencia es mayor. Su buen sabor ha sido clave ya que “Adora® cuenta con una concentración de sólidos disueltos altos y buen balance entre azúcares y ácidos”, indicó Ferrer.

### Certificado en sabor

La apuesta de la casa de semillas HM.CLAUSE por ofrecer productos con sabor ha quedado plenamente reflejada en su tomate con marca propia: Adora®, en cuyo proceso de expansión continúan mejorando el know-how a nivel agronómico y permitiendo una colaboración estrecha en comunicación para que esa calidad de Adora® sea plenamente conocida por el consumidor final. A ese certificado de sabor de Adora® se une a la apuesta en innovación de la multinacional (valorada con un segundo premio en los Fruit Logistica Innovation Awards 2018) y que ha dado lugar a un tomate delicioso que, además, “presenta un alto contenido en antioxidantes”, puntualizó Manuel Ferrer.



## Biotec Family reinventa su estrategia empresarial para seguir estando a la altura requerida por los clientes

La empresa acude a Fruit Attraction con el fin de ofrecer líneas de negocio de cara a la campaña primavera-verano, así como para mostrar sus mejoras llevadas a cabo en los últimos meses

□ Elena Sánchez

**B**iotec Family acudirá un año más a Madrid para participar en Fruit Attraction, una feria “muy importante para nosotros, ya que es el lugar donde nos podemos ver con nuestros clientes y donde poder ofrecer líneas de negocio de cara a la campaña primavera-verano, así como mostrar nuestras mejoras llevadas a cabo en los últimos meses”, explica José Rodríguez, presidente de Biotec Family. De hecho, en esta ocasión, también van a poder dar a conocer el cambio que se está realizando en su estrategia empresarial para los próximos años, una acción promovida por la llegada del nuevo gerente, Jesús Javier Torres, que se incorporó a la cooperativa el pasado mes de mayo. Según cuenta Rodríguez, “dentro de la estrategia desarrollada, en principio se han realizado modificaciones en la organización de la sociedad, además de que también hemos hecho reformas en el almacén, con el objetivo de mejorar el tra-



to a los productos que comercializamos, mejoras para que nuestros trabajadores trabajen más a gusto y consigan una mayor productividad”. Asimismo, otros cambios potenciados han sido la modificación de los estatutos de la sociedad, “para incorporar la figura del socio colaborador y se está llevando a cabo la implantación de sistemas de gestión que

nos permitan estar a la altura requerida por nuestros clientes”, adelanta José Rodríguez.

Por otro lado, desde Biotec Family muestran su compromiso con el control del proceso del producto desde el inicio hasta el fin y, ahora, una vez controlado el proceso de cultivo, “estamos haciendo un gran esfuerzo en que el producto llegue lo más

fresco posible a nuestros clientes, por lo que hemos puesto en marcha una serie de medidas para que el consumidor final adquiera el producto en condiciones de máxima frescura y calidad. Sin duda, el desarrollo y control postcosecha es uno de los pasos más importantes y, para ello, hemos potenciado nuestro departamento de calidad

y campo”, indica el presidente de la cooperativa. Hace unos meses, Biotec Family dio a conocer la biodinámica y el proyecto que está llevando a cabo al respecto. Para José Rodríguez, “se trata de una acción que nos va a permitir conseguir trabajar con otros mercados y clientes, por lo que consideramos que, en la campaña 2019-2020 podremos tener las certificaciones con objetivo de iniciar la comercialización de nuestros productos”.

### Biotec Down

Para Biotec Family, Biotec Down es motivo de “satisfacción”, ya que “nos hace muy grandes como personas y como empresa, ya que somos capaces de incorporar al mundo laboral a estos hombres y mujeres. Por ello, en breve, se incorporan con nosotros y junto al personal en las líneas de trabajo, con objeto de que ellos se sientan completamente integrados. Para esta campaña, tenemos previsto incorporar entre 12 y 15 niños repartidos por todos los puestos”, concluyen desde la cooperativa.

**GROWING ORGANIC LIFE**

**BIOTEC Family**  
SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA

[www.biotecfamily.com](http://www.biotecfamily.com)

Tel: 00 34 950 52 52 82  
E-mail: [comercial@biotecfamily.com](mailto:comercial@biotecfamily.com)

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

# Grupo Agroponiente muestra en la X edición de Fruit Attraction su nueva imagen corporativa

En su stand (Pabellón 9, 9D03), se expondrá toda la gama de productos y servicios del grupo, con especial hincapié en las líneas de tomate verde y Raf, producto ecológico y cultivos tropicales

□ fhalmería

**G**rupos Agroponiente no va a faltar tampoco este año a la cita. La Feria Internacional Hortofrutícola Fruit Attraction, que en este año 2018 cumple su X Aniversario, celebrándose en el Recinto Ferial de IFEMA (Madrid) entre los días 23 y 25 de octubre.

Grupo Agroponiente ha estado en Fruit Attraction desde que la Feria se inició, participando activamente en las nueve ediciones anteriores sin interrupción, aunque ésta será una muy especial, no solo por tratarse del X Aniversario, sino porque además coincidirá con el lanzamiento de la nueva imagen de Grupo Agroponiente que plasmará la consecución de la gran potencia creada a partir de la integración de sus empresas, Agroponiente y Vegaña.

El de este año volverá a ser un stand muy operativo, pensado fundamentalmente para el trabajo de comercialización y para el encuentro tanto con los cientos de

clientes de la empresa que pasan cada edición por el stand de Grupo Agroponiente como para el inicio de relaciones con otros nuevos.

El stand también mostrará todo el potencial de cultivo y comercialización de productos hortofrutícolas, frutas y hortalizas, de una empresa que ya posee 24 centros logísticos distribuidos por las provincias de Almería, Granada, Málaga, y Jaén y que tienen alianzas estratégicas de producción en otras zonas como Sevilla o La Mancha.

Especialmente, dentro de toda la gama de Grupo Agroponiente, la feria servirá para hacer especial hincapié en la promoción de varias de sus líneas de negocio, como el tomate verde y

Raf, un segmento iniciado en la pasada campaña y que ha experimentado una espectacular progresión en tan solo un año, convirtiéndose a la empresa especialista en tomate, Vegaña, en la referencia en las zonas productoras de estos artículos por excelencia. También tendrá un protagonismo especial en el stand la línea de producto ecológico, otro de los segmentos que están creciendo de una manera más importante y que, desde hace cuatro campañas, Grupo Agroponiente trabaja con especial dedicación. Finalmente, también tendrá un tratamiento es-

pecial la línea de frutas tropicales, mango, papaya, aguacate, que también ha constituido otra de las apuestas de las últimas campañas en la empresa.

Así, en el stand se promocionarán los productos y las marcas de Grupo Agroponiente, como Poniente Natural, Cañada Natural (tomate), Tropical Natural y Bio Poniente Natural, promocionadas con un equipo comercial formado por más de una veintena de profesionales que, como cada año, acudirán a la Feria de Madrid para ofrecer el mejor servicio a los clientes, explorar nuevas rutas de comercialización para los productos de Almería y promocionar el trabajo de una empresa y unos agricultores que llevan más

de 30 años a la vanguardia de la agricultura intensiva bajo plástico.

El stand, con una estructura muy operativa y pensada para el trabajo de comercialización y promoción, contará con un gran videowall en el que se proyectará el nuevo vídeo corporativo de la compañía, mostrando un potencial extraordinario tanto en origen como en destino.

Igualmente, Grupo Agroponiente participará en los actos conmemorativos del X Aniversario de Fruit Attraction, como una de las empresas que apostó desde el primer día por esta muestra que se ha convertido en una de las grandes citas en la comercialización hortofrutícola en Europa.



“

*Especialmente, dentro de toda la gama de Grupo Agroponiente, la feria servirá para hacer especial hincapié en la promoción de varias de sus líneas de negocio, como el tomate verde y Raf*



**¡HOLA LEVANTE!  
¡HOLA PONIENTE!**

**Agroponiente y Vegacañada**  
somos uno. Así nos convertimos  
en líderes del sur de Europa.  
***Ese es el valor de estar juntos.***

**Agroponiente**  
GRUPO

Damos valor a lo que haces

# Diamond Seeds pone a disposición del mercado una amplia línea de variedades de sandía para cada segmento de cultivo

□ fhalmería

La casa de semillas Diamond Seeds ofrece a los mercados donde está presente una amplia gama de productos, tipologías y variedades de las distintas especies, con el objetivo de poner a disposición del mercado lo mejor de cada segmento. En este sentido, y con el objetivo de crecer en todos los mercados, pero en especial en el nacional, Diamond Seeds pone en escena nuevas líneas de materiales comerciales desarrollados para cada una de las zonas de cultivo.

Una de las especies donde más esfuerzos y dedicación está invirtiendo la casa de semillas es en sandías, donde la empresa está avanzando a pasos agigantados con una amplia gama de sandías triploide, diploide, así como polinizadores de valor añadido en todos los formatos, tipologías y ciclos.

Toda la línea de trabajo tiene como premisas una buena conservación, carne crujiente y de color intenso, calidad interna, alto contenido en grados Brix y planta fuerte. A nivel de resistencia, Diamond Seeds está apostando sobre todo por materiales con resistencia a oídio, como por ejemplo la variedad Primavera F1. Se está trabajando en la incorporación de dicha resistencia en toda la gama.

En las distintas familias, cabe resaltar la gama de sandías mini, mediana, gran calibre, alargada, polinizador y portainjertos.

## Mini

En esta gama destaca la variedad Belinda F1, sandía mini sin semillas (1,5 – 3 kg), de carne consistente y buena firmeza, lo que la hace ideal para exportación. Belinda F1 tiene un buen cuaje y alta productividad y se trata de una sandía que tiene un color externo atractivo y piel de rayas anchas y oscuras que la hacen más atractiva.

## Mediana

Diamond Seeds propone dos variedades que están teniendo excelentes resultados en campo. Por un lado cabe destacar la variedad Skyline F1 (3 – 5 kg), sandía triploide sin semillas de calibre medio. El exterior destaca por su rayado tipo tigre, mientras que el



■ Sandía Primavera F1

interior se caracteriza por su carne roja, de buen sabor y alta firmeza, lo que le confiere una alta resistencia al transporte y al manipulado. Es una sandía que tiene un buen cuaje y alta productividad.

Por otro lado está la variedad Primavera F1 (3-5 kg), que destaca por la resistencia a oídio. Es una sandía triploide sin semillas, de calibre medio. La coloración externa es tipo Crimson, con rayados oscuros. Planta de alto vigor, de buen cuaje y producción agrupada. El interior se caracteriza por una carne muy roja, crujiente y muy dulce.

## Gran calibre

En esta gama destaca la variedad SP-3 F1 (6-7 kg), que es una sandía triploide sin semillas que se caracteriza por su exterior de rayado tipo tigre. Planta vigorosa, de buen cuaje y producción. Frutos esféricos, homogéneos, de carne crujiente, de color rojo intenso y dulce. Variedad exenta de corazón hueco.

## Alargada

En este tipo destaca la variedad Riverside F1 (8-14 kg), sandía con semillas, de calibre grande y forma alargada. La coloración externa es tipo Crimson, carne roja que destaca por sus altos grados Brix y por su buena aceptación en el mercado. Se adapta a cualquier época de cultivo, incluso en invernadero de Almería. Muy utilizada también como polinizador de sandías triploides, por su gran capacidad de floración.

## Polinizador

En esta gama destaca la variedad MI20 F1 (1,5 – 2,5 kg), sandía de calibre pequeño, que se caracteriza por su baja cantidad de minisemillas, lo que hace que la pulpa sea muy firme y tenga una excelente postcosecha, por lo que está especialmente indicada para exportación. Sus frutos son redondos y el exterior es muy atractivo ya que destaca por sus rayas oscuras y anchas. Es el producto ideal para doble actitud de utilizarla



■ Sandía Riverside F1



■ Sandía Mi-20



■ Sandía SP-3 F1

como polinizador y, luego, recolectarla para su consumo en fresco.

## Portainjertos

Diamond Seeds apuesta por Polifemo F1, un pie de calabaza con excelentes resultados en campo que confiere gran vigor y buen cuaje y producción. Además aporta resistencia alta a Fom:0,1, y, 1-2/Fon y resistencia intermedia a Fon:0,1,2.

Por último, la variedad AQ F1, un pie de calabaza adecuado para el cultivo de sandía de rápido injerto y afinidad, con aporte de alta resistencia a enfermedades de suelo y con un potente sistema radicular adecuado para conseguir un buen equilibrio sin excesos de vigor obteniendo elevados rendimientos y excelente calidad interna. Aporta resistencia alta a Fon / Fom.

# Anecoop apuesta por el concepto 'Cook it yourself' y amplía su gama de soluciones al consumidor

□ fhalmería

**A**necoop presentará su oferta en frutas y hortalizas en tres stands en la nueva edición de Fruit Attraction. Además del nuevo proyecto 'Bouquet para preparar', junto a su filial Janus Fruit dará a conocer numerosas novedades dentro de su línea de quinta gama '¿Y sí? de Bouquet', que ya presentaron en la pasada edición y que responde al nuevo concepto Express Slow Food. Son productos 100% naturales, listos para comer y basados en la cocina tradicional y saludable. '¿Y sí? de Bouquet' incluirá nuevas líneas que complementan su oferta actual de sopas y cremas, untables vegetales, purés de fruta y ensaladas de fruta fresca.

## El salto hacia una cocina fácil y saludable

Aumentar el consumo de fruta y verdura y recuperar el placer de cocinar de manera fácil y en poco tiempo son los principales objetivos de la nueva insignia de Anecoop, 'Bouquet para preparar', que reta incluso a aquellas personas que quieren cuidarse, pero a las que no les gusta o no saben cocinar, ya que las recetas son sumamente fáciles de preparar.

Se trata de bandejas biodegradables con la combinación justa de vegetales frescos. En un solo gesto, el consumidor adquiere los ingredientes en las proporciones justas para elaborar una deliciosa receta que le permita comer saludable sin renunciar al placer de cocinar y sin des-



perdiar alimentos. La bandeja incluye receta de fácil elaboración y los productos que se presentan son: Cremas de calabaza y zanahoria, con curry y pipas de calabaza; crema de brócoli; de chirivía con manzana y jengibre; vichyssoise clásica; crema de zanahoria con manzana y cúrcuma; gazpacho; smoothies naranja y rojo; wok vegetal (o salteados); parrillada de verduras, (al horno o en brocheta); ensalada de col americana; carpaccio crudivegano (láminas muy finas de hortalizas para consumir con una salsa que se propone en la receta); sopa fría de puerro manzana y limón, cocido y caldo de verduras, adaptado a cada zona de consumo.

El presidente de Anecoop, Alejandro Monzón, ha explicado que este nuevo lanzamiento "se enmarca en nuestra estrategia de aumentar el consumo de fruta y verdura y de fomentar la vida sana, recuperando el placer de cocinar uno mismo. Somos los productores del 100% de los ingredientes que lleva cada pack, una propuesta innovadora, única de estas características en el mercado, que rompe con la clásica ensalada o la comida preparada. Prueba de ello es que ha sido seleccionada como una de las finalistas en los Premios a la Innovación que concede Fruit Attraction". Las bandejas, que tienen un promedio de diez días de vida útil, permiten elaborar una comida para 3 o 4 personas por menos de un euro por comensal.

## El especialista en envases

Cajas de cartón, Flowpack, cestas PET y PP, malla, celulosa, vasos, alveolos...

El mejor de los productos merece un envase a su altura. Nuestra misión es ofrecer las mejores opciones del mercado y el servicio más completo para que ni su producto ni su estocaje tengan ningún problema. Cuente con el líder en Almería desde hace más de 4 décadas.

Diseminado Almafrut 801 N-340, km.422 · 04738 Vicar - Almería · Tel. 950 55 34 00 · www.almafrut.com



**ALMAFRUT**  
ALMERIA

# Anecoop dobla su espacio expositor en Fruit Attraction y anuncia novedades

La cooperativa de segundo grado sigue consolidando y ampliando su línea de frutas y hortalizas frescas, así como sus elaboraciones listas para consumir

□ Rafa Villegas

**F**ruit Attraction es, un año más, la plataforma escogida por el Grupo Anecoop para poner en valor su oferta y presentar sus nuevas líneas y productos a sus clientes. La cooperativa de segundo grado es, un año más, fiel con la cita hortofrutícola más importante de cuantas se celebran a lo largo y ancho del territorio nacional.

## Un stand mayor

Cuando se cumple el décimo aniversario de Fruit Attraction, la cooperativa hortofrutícola española de segundo grado ha ampliado su espacio expositor y contará en esta edición con dos islas para dar más protagonismo y dimensión a los nuevos proyectos en los que ha estado trabajando últimamente y que dará a conocer en la feria.

El espacio expositor de Anecoop es, sin lugar a dudas, cada edición de la feria madrileña uno de los más visitados y de los que presenta mayor actividad, tanto de reuniones con clientes y amigos, como de presentaciones a los diferentes medios de comunicación especializados. FHALMERÍA no falta ninguna edición a la cita con las novedades de Anecoop.

La cooperativa de segundo grado española, por un lado, sigue consolidando y ampliando su línea de frutas y hortalizas frescas de primera gama, tanto de cultivo tradicional como Bio, con la introducción de productos que complementan su oferta y, por otro, ha apostado con mucha fuerza por ofrecer novedosas soluciones al consumidor, tanto para preparar como listas para comer, que aúnan comodidad, naturalidad, salud, sostenibilidad y un aprovechamiento eficiente de los productos.

En esta décima edición de Fruit Attraction, Anecoop se encuentra ubicada en el stand 5E01/02, en el Pabellón 5 de IFE-MA.



Carlota Pardo, responsable de Comunicación de Anecoop. / RAFA VILLEGAS



Espacio expositor de Anecoop en Fruit Attraction 2017. / RAFA VILLEGAS

Tras una gran marca, están siempre las personas.

**BOUQUET**



**BOUQUET**

Cultivamos futuro



**Anecoop**

En Anecoop somos productores y comercializamos nuestros productos.

Un trabajo conjunto de muchas personas que lleva los mejores frutos del campo a la mesa.

Este esfuerzo integrado nos ha permitido poder ofrecer al mercado una completa gama de hortalizas de origen español, con volumen, continuidad y amplio calendario. El prestigio de una marca se gana por la gente que está tras ella.

Entrevista al alcalde de El Ejido, Francisco Góngora

## “El Ayuntamiento de El Ejido respalda a sus productores y empresarios hortofrutícolas y de ornamentales en el ‘escaparate’ agroalimentario madrileño”

□ Rafa Villegas

**E**l alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, hace un repaso de la importancia y evolución positiva que registra el sector agrícola en el municipio con motivo de la participación, del 23 al 25 de octubre, de muchas empresas ejidenses en Fruit Attraction. El regidor ejidense subraya la apuesta por la modernización de estructuras de los agricultores, así como los múltiples proyectos de economía circular que están en marcha, la necesidad de un ‘Pacto del Agua’, las inversiones en caminos y, por supuesto, el apoyo municipal a los participantes en la feria madrileña.

**- La agricultura es el pilar económico más importante de El Ejido que, además, no deja de crecer. ¿Cuál está siendo la evolución de licencias para nueva construcción y para arreglo de invernaderos en el término municipal?**

La tasa de crecimiento experimentada en el número de peticiones de estas licencias para la construcción, modernización o mejora de infraestructuras agrarias dan buena cuenta de la buena salud de la que goza este sector.

Así, durante el pasado 2017 fueron un total de 312 las peticiones presentadas en el área de Agricultura, mientras que sólo en el primer semestre de este 2018 ya se eleva a 352 el número de solicitudes. Es una buena noticia el esfuerzo que se está realizando por la renovación y modernización de estructuras agrarias.

**- La economía circular es una de las claves para que el sector siga avanzando. Un claro ejemplo de ello es la puesta en funcionamiento próximamente de Frutilados, ¿no es así?**

Estamos dando pasos muy importantes en materia de economía circular como la redacción y aplicación de la Ordenanza de Invernaderos y su Entorno, pionera en la provincia, que obliga a la instalación de sistemas de recogida de agua de lluvia y de setos verdes. O el proyecto de ensilado de Frutilados liderado por el Ayuntamiento ejidense y gracias a la implicación de 25 empresas hortofrutícolas, que se prevé que entre en funcionamiento a lo largo del próximo año. En una primera fase permitirá convertir 38.000 toneladas de excedentes de la comercialización y producto de retirada en sustento para 13.000 cabezas de ganado al año. Una cifra que se irá incrementando progresivamente hasta alcanzar las 50.000 toneladas.

Con este tipo de iniciativas tratamos de devolver a la tierra lo que es de la tierra; es decir, prolongar la vida útil de los materiales y los recursos tanto como sea posible, reduciendo al mínimo la generación de residuos. En esta



apuesta también destacamos otros proyectos como el de valorización energética y generación de biomasa de ENCE.

**- El campo almeriense es un ejemplo mundial de ahorro de agua con los más modernos sistemas de riego. Sin embargo, la pérdida de calidad del acuífero está poniendo en riesgo el futuro de las explotaciones agrarias, ¿qué solución encuentra a este problema?**

No podemos permitir que se pierda ni una gota mientras que nuestros acuíferos se salinizan. Como bien dices, somos un ejemplo a seguir en el uso eficiente, nuestra huella hídrica per capita es 20 veces menor que la media nacional. Hay que dejarse de prejuicios desde las instituciones, poner sensatez y articular el uso sostenible de nuestros recursos, como se está haciendo, pero sumando el agua que va al mar. Es urgente impulsar entre todos un ‘Pacto del Agua’ con soluciones estructurales, que contemple los trasvases, desalación y depuración.

**- Un buen estado de los caminos rurales es fundamental para facilitar a los agricultores el**

**acceso a sus fincas y las comercializadoras. En El Ejido se han llevado a cabo distintos planes para el arreglo de vías rurales ¿qué es lo último que se ha hecho en este sentido?, ¿a cuánto asciende, en kilómetros, la red de caminos del municipio?**

Contamos con la red viaria rural más densa de toda la Comunidad Autónoma, con un entramado de unos 600 kilómetros. Desde hace algo más de siete años, el Ayuntamiento viene apostando al límite de nuestras posibilidades por la modernización, ordenación y mejora del entorno rural, a través del impulso del I Plan Municipal de Arreglo de Caminos que supuso una inversión de más de 10 millones de euros, financiados entre el Ayuntamiento, Ministerio de Agricultura y Diputación de Almería. A lo que hay que sumar todas las mejoras que se vienen realizando fuera de este plan y con presupuesto íntegramente municipal o las que responden al modelo de colaboración público-privada, que han permitido el arreglo de numerosas vías que son muy transitadas a diario por los agricultores hacia sus explotaciones y centros de manipulado. Teniendo en cuenta la situación económica

financiera heredada, el esfuerzo que hemos realizado es muy considerable.

**- Fruit Attraction cumple diez años y lo hace con Almería como provincia con mayor participación de Andalucía y de las primeras de España. ¿En qué va a consistir este año el apoyo municipal a las empresas ejidenses que se desplazan a Madrid?**

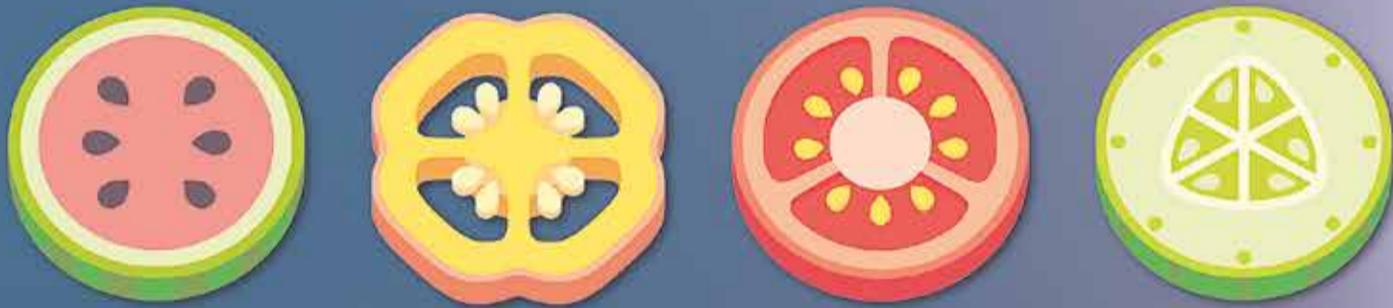
Esta feria no ha parado de crecer desde sus inicios y a día de hoy acuden a ella profesionales de 120 países, algo que no pasa desapercibido para nuestro sector que aprovecha esta cita anual, en una fecha idónea como es el inicio de la campaña, para estrechar relaciones comerciales y mantener así su liderazgo en el mercado nacional e internacional, al tiempo que intentar abrirse a otros emergentes como Asia o Emiratos Árabes, que este año acuden como invitados.

Siempre hemos estado al lado de nuestros agricultores y empresarios, por ello no podemos faltar a este ‘escaparate agroalimentario’, ya que El Ejido congrega el 60% de la comercialización hortofrutícola del sector almeriense. Estaremos, por tanto, nuevamente al lado del tejido empresarial tanto de la comercialización como de la industria auxiliar, que este año ha adquirido una mayor presencia e importancia en el marco de la feria al igual que el sector de la planta ornamental.

**- Como novedad, FruitAttraction ha reservado el Pabellón 1 de IFEMA para Flower& Garden, una muestra de flores y plantas ornamentales. De El Ejido participan Cactus Serrano, Joepe Sur y Semilleros Laimund. ¿Qué importancia tiene el sector de la planta ornamental y flor en el municipio?**

Sin duda, bastante. El sector de la planta ornamental ha ganado de manera importante terreno en los últimos años en nuestro municipio. Así lo demuestran algunos datos como que durante la pasada campaña los productores ejidenses comercializaron en torno a 1,2 millones de pascueros en los mercados nacionales e internacionales, lo que supone ni más ni menos que el 50% del total de la producción de este tipo de variedades en la provincia de Almería.

Lo cierto es que contamos con un tejido empresarial que ha sabido aprovechar las oportunidades y adaptarse a las nuevas demandas. Hemos de seguir innovando, apostando por la calidad, trabajando más unidos y procurando la sostenibilidad que genere las oportunidades de las generaciones venideras, especialmente en materia hídrica.



# EL EJIDO

*gourmet* QUALITY

EL EJIDO



## Frutas Escobi, 100% comprometida con la trazabilidad, atributo elemental de la calidad del sector almeriense

Además, la empresa hace un balance positivo desde que, hace un año, se dio a conocer la renovación de su imagen corporativa, un objetivo que para Escobi era capital

□ Elena Sánchez

**E**l proceso de trazabilidad es fundamental para que el producto final obtenga la máxima calidad posible. Se trata, sin duda, de uno de los seguimientos más minuciosos y completos que una empresa realiza durante la campaña con el objetivo de que no se produzca ningún contratiempo. Con este aspecto, desde Frutas Escobi están cien por cien comprometidos, “ya que la trazabilidad es uno de los atributos elementales de la calidad de nuestro sector”, apunta Gabriel Escobar Fernández, responsable del departamento comercial de Frutas Escobi. De hecho, en Escobi “se trabaja mucho este aspecto mediante un control exhaustivo desde el campo hasta que la mercancía sale de nuestras instalaciones”.

Sin duda, conseguir la excelencia en toda la cadena de producción es uno de los pilares de Frutas Escobi que, día a día, consiguen “mediante la dedicación y control por parte de todos los agentes involucrados en el proceso. Asimismo, todo esto se consigue mediante planes y acciones concretas que se llevan a cabo tanto dentro como fuera de la empresa”, asegura Gabriel Escobar.

Hace alrededor de un año, Frutas Escobi dio a conocer la re-



novación de la imagen corporativa de la empresa, un balance, que el propio responsable del departamento comercial de Escobi asegura ha sido “muy positivo, ya que ha tenido una gran aceptación por parte del mercado. Además, hemos conseguido ganar visibilidad, ya que la nueva imagen, unido a las distintas acciones de marketing, nos han llevado a conseguir este objetivo que para nosotros es capital”.

Finalmente, desde Frutas Escobi no han querido dejar pasar la oportunidad de hacer referencia a la celebración, estos días, de Fruit Attraction, una feria que, para Gabriel Escobar, “es un punto de encuentro de muchos de



los agentes involucrados en el sector, así como una plaza excepcional para detectar tendencias e innovaciones. Nosotros hemos participado como visitantes en varias ocasiones, pero nunca con stand propio”. Asimismo, Escobar cree que Fruit Attraction “está influyendo de manera muy positiva en el sector, en especial en la visibilidad que nos está otorgando de cara al exterior. Prueba de ello es el crecimiento recurrente que está experimentando”.



# Semilleros Laimund y Joepa Sur muestran su gran potencia en dipladenias y poinsetia en Fruit Attraction

Ambas empresas ejidenses, aunque con delegaciones también en otros municipios almerienses, se encuentran entre las mayores productoras españolas de dipladenia

□ Rafa Villegas

**F**ruit Attraction celebra su décimo aniversario abriendo la feria a un subsector en el que la provincia de Almería también ha destacado siempre en el conjunto del territorio nacional, como es el caso de la planta ornamental. La feria abre el Pabellón 1 a lo que ha denominado Flower & Garden, una iniciativa muy importante, sobre todo si se tiene en cuenta que cada vez son más los supermercados que ofertan entre sus productos flores y plantas ornamentales.

Almería estará muy bien representada en el Flower & Garden de Fruit Attraction con, por ejemplo, la participación de Semilleros Laimund y Joepa Sur, dos empresas con sede en El Ejido que han logrado situarse en los primeros puestos en España en producción y comercialización de dipladenias y que, entre ambas, suman 27 hectáreas para estas labores.

Además de dipladenia, Semilleros Laimund y Joepa Sur también son especialistas en otras plantas, muy especialmente en poinsetia, también conocida popularmente como pascuero, además de ofrecer también calas y hortensias, entre otras.

En el caso concreto de las dipladenias, Joepa Sur y Semilleros Laimund ofrecen variedades tan conocidas como 'Rio' o 'Sundaville' en infinidad de formatos, desde plantas con espaldera, a doble arco o pirámide; así como de



diferentes colores, como blancas, rosas o melocotón.

Respecto a los formatos, las dipladenias de menos de 17 centímetros de diámetro se producen en las instalaciones de Níjar y El Ejido de Semilleros Laimund, mientras que de las que superan los 17 centímetros se encargan en Joepa Sur, donde trabajan con plantas tanto en pirámide, como en espaldera y doble arco de hasta los dos metros de altura.

El trabajo con la dipladenia comienza en el mes de julio y se alarga hasta mayo. Las primeras

ventas se realizan entre finales de febrero y los primeros días de marzo, siendo sus principales clientes los mercados francés, alemán, austriaco y finlandés.

Guillermo Murcia, ingeniero técnico agrícola y responsable de la Delegación de Níjar de Semilleros Laimund, explicó que la dipladenia "es una



de las plantas con flores más demandadas en Europa". Se trata, sin duda, de una de las flores fa-

voritas por los europeos para llenar de color sus balcones en primavera.

**"Producir buena planta es difícil, pero no imposible"**

Somos especialistas en plantas ornamentales, plántulas e injertos hortícolas. ¡Pregúntenos y le asesoraremos!

**Semilleros LAIMUND, s.l.**

Ctra. Berja, km, 1 y Paraje Cuatro Vientos, 289  
Tlfs.: 950 486 611 - 606 984 608 • El Ejido (Almería)  
Autovía del Mediterráneo, Salida 471  
(Cruce Barranquete con San Isidro)  
Tel.: 950 384 641 • Níjar (Almería)



PLANTAS HORTÍCOLAS • INJERTOS • PLANTAS ECOLÓGICAS  
PLANTAS ORNAMENTALES



## PARTICIPACIÓN

# Granada muestra su agricultura con 28 empresas expositoras en la cita de Madrid

Alhóndigas y cooperativas hortofrutícolas suponen la mayor parte de los stands granadinos en esta edición de la feria

□ **Rafa Villegas**

La provincia de Granada cuenta en esta décima edición de Fruit Attraction con una participación de un total de 28 expositores. La mayoría de ellos tienen que ver con la comercialización de productos hortofrutícolas, como las seis subastas que participan de ECOHAL Andalucía y las catorce que lo hacen bajo el paraguas de Cooperativas Agro-Alimentarias.

En el caso de estas últimas, que participan junto a su federación provincial, expondrán su oferta en una superficie de 400 metros cuadrados, ubicada en el Pabellón 9 de IFEMA Madrid.

Las empresas participantes junto a Cooperativas Agro-Alimentarias son, concretamente, Granada-La Palma, El Grupo, Procama, SAT Hortoventas, Centro Sur, Agrícola San Francisco -Cosafra-, Los Gallombares, Hortovilla, San Isidro de Loja, así como Espárrago de Granada 2°. En esta última cooperativa de segundo grado se comercializa la producción de Agroláchar, Vega-



■ Espacio expositor de Herogra en Fruit Attraction 2017. /RAFA VILLEGAS

chaucina, Espafrón, Agromesía y Espalorquiana.

En el caso de estas empresas pertenecientes a Cooperativas Agro-Alimentarias, estas celebrarán el 'Día de Granada' el primer día de feria, el martes 23 de octubre. Se trata de un evento de promoción en el que, además, la federación presentará su nuevo catálogo de cooperativas hortofrutícolas, editado con el apoyo de la Consejería de Agricultura,

Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Diputación Provincial de Granada, Autoridad Portuaria de Motril, Bankia, Caja Rural de Granada, Caixabank, Agrocolor y SUCA. Este catálogo bilingüe recoge información sobre producciones y contacto de las 29 cooperativas de frutas y hortalizas asociadas a la federación.

Además de las empresas participantes bajo el paraguas de

ECOHAL Andalucía y Cooperativas Agro-Alimentarias, la provincia de Granada también está presente en Fruit Attraction 2018 con empresas comercializadoras de frutas y hortalizas tan importantes como Hortícola Guadalfeo, Hortoventas, Neva-Ajos o Hortovilla, entre otros.

El espárrago granadino también tendrá su espacio, además de con Espárrago de Granada 2°, con empresas como Cesurca.

El sector de los fitosanitarios y fertilizantes estará muy bien representado por una empresa con sede en la provincia de Granada. Se trata, concretamente, de Hero-gra, sin duda muy conocida en el sector agrícola.

Una mención especial merecen también las empresas participantes del sector de los semilleros o planta ornamental. Entre ellas destaca, sin lugar a dudas, Saliplant.

Del mismo modo, también tiene su espacio expositor en IFEMA para presentar su amplia oferta una empresa de plásticos para la agricultura, como es Moldeados Plásticos Alber.

En cuanto a las instituciones, la única que participa este año desde la provincia granadina es el Puerto de Motril, un aliado de futuro para el transporte de frutas y hortalizas por barco.

Cabe recordar que la provincia de Granada es una de las mayores productoras de España de productos hortofrutícolas como el tomate cherry o el pepino tipo holandés. A ello se suma su liderazgo absoluto nacional en la producción y comercialización de frutas tropicales.

## NOVEDAD

## Fruit Attraction 2018 ofrece un potente wifi gratuito al visitante

Es una de las primeras ferias en contar con este servicio en IFEMA

□ **R. V. A.**

El visitante de Fruit Attraction 2018 va a contar con un nuevo servicio que, sin lugar a dudas, va ser muy bien recibido. Se trata, concretamente, de la oferta totalmente gratuita de wifi. Además, según destacan desde la organización del evento, se trata de "la mejor red wifi de España".

Tras el ambicioso proyecto de renovación de toda la infraestructura de conexión inalámbrica abor-

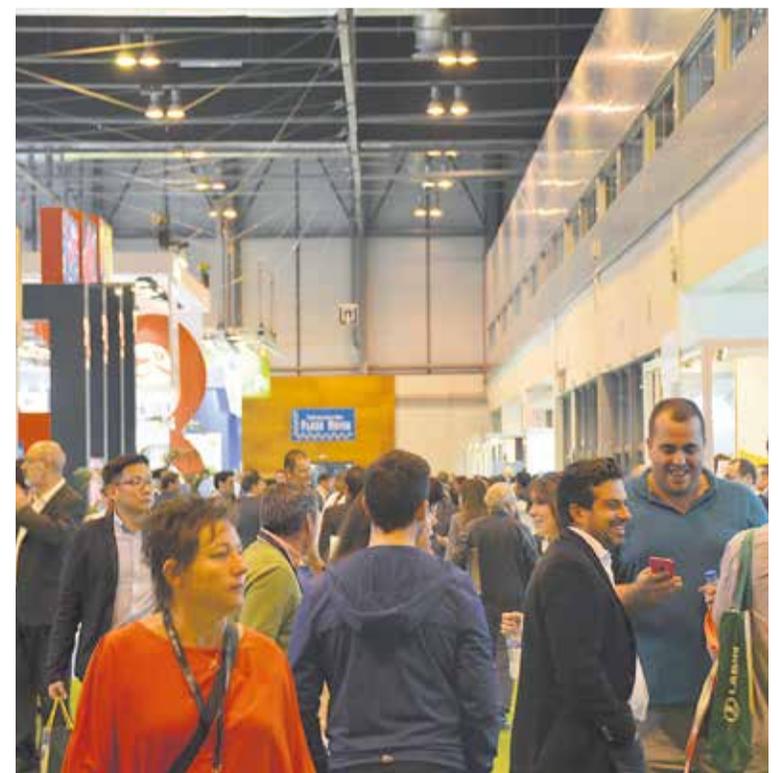
dado por IFEMA, Fruit Attraction será una de las primeras ferias en beneficiarse del nuevo servicio gratuito de wifi, que en esta edición cuenta con el patrocinio de Idoi Nature y Tradecorp.

IFEMA ha dotado a todo el recinto de una conexión wifi de última generación en todas las áreas de explotación comercial, que permite soportar más de 64.000 conexiones simultáneas en la actualidad y hasta 100.000 en el futuro. La red cuenta con más de 1.100 puntos de acceso, 2.000 antenas instaladas, 90 kiló-

metros de fibra de óptica multimodo y cableado instalado.

Este año, además de ofrecer wifi gratuita en todo el recinto, Fruit Attraction pondrá al alcance de los profesionales cargadores de dispositivos móviles en todos los pabellones, Meeting Points y Seating Areas, entre otros servicios.

Los patrocinadores son dos de las empresas más importantes en elaboración de productos bioestimulantes, fertilizantes y de biocontrol a través de la mezcla de extractos botánicos y minerales.



■ Fruit Attraction 2017. /RAFA VILLEGAS

BERENJENA Y CALABACÍN

## Hortofrutícola La Ñeca: calidad, servicio y producción para el agricultor toda la campaña



La Ñeca no estará este año en Fruit Attraction, pero sí valora la importancia de este evento para el sector. /FHALMERÍA

□ Elena Sánchez

Hortofrutícola La Ñeca es una empresa que siempre ha contado, y cuenta, con un gran prestigio en los mercados internacionales gracias, sobre todo, a que “a lo largo de los meses que dura la campaña, intentamos mantener la calidad, volúmenes y servicio tanto al agricultor como al cliente final”, explica Juan Escobar, gerente y comercial de La Ñeca.

De cara a este nuevo ejercicio agrícola 2018/2019, desde Hortofrutícola La Ñeca tienen previsto seguir aumentando el volumen de producción de ca-

labacín con sus agricultores. Además, en lo que respecta a la berenjena, sus cifras también muestran que se espera un buen año para esta hortaliza en cuanto a kilos se refiere.

### Fruit Attraction

Por otro lado, en lo que respecta a la nueva edición de Fruit Attraction, que se celebra en Madrid-IFEMA, Juan Escobar indica que “este año no estaremos en su décimo aniversario, pero pensamos que se trata de un evento importante para el sector hortofrutícola a nivel nacional e internacional, ya que cuenta con buena presencia de países eu-

ropeos y de numerosas empresas y españolas. Desde nuestro punto de vista, esta feria irá creciendo cada año, puesto que también coincide con el inicio de campaña en Almería, por lo que creemos que se trata de una combinación perfecta para atraer clientes de diversos países”.

Asimismo, la celebración de Fruit Attraction coincide con el final de campaña de Holanda y Bélgica, por lo que “se convierte en un motivo más para que el cliente final se desplace hasta Madrid y conozca las propuestas que el sector nacional puede ofrecerles”, concluye Escobar.



La berenjena también registró un aumento de la producción. /E. SÁNCHEZ

DATOS DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

## La berenjena obtuvo el segundo mejor valor de la serie histórica

Sin embargo, el calabacín bajó su precio medio un -13,5%

□ E. S. G.

El precio de la berenjena en la campaña 2017/2018 obtuvo el segundo mejor valor de la serie histórica, de manera que, a pesar de la bajada respecto a la campaña anterior, se sitúa un +21,5 por ciento por encima de la media de los tres últimos ejercicios agrícolas, según el avance de la campaña hortofrutícola en Almería ofrecidos por el consejero de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Rodrigo Sánchez Haro.

Asimismo, en este mismo avance también se informó del aumento de la producción en

un 7,8 por ciento hasta llegar a las 181.130 toneladas, aunque el valor al agricultor descendió un 8,5 por ciento hasta los 111 millones de euros.

### Calabacín

En lo que respecta al calabacín, su producción subió un 1,5 por ciento y, respecto a la media de las tres últimas campañas, un 5,2 por ciento. Sin embargo, según el avance ofrecido por el consejero de Agricultura, Rodrigo Sánchez, en este ejercicio agrícola, el precio medio al agricultor bajó un 13,5 por ciento y respecto a la media de las últimas campañas ha sido de un 6,3 por ciento menos.



**LA ÑECA**  
**HORTOFRUTICOLA**

SOMOS ESPECIALISTAS DE LA BERENJENA  
Y TODO NUESTRO TRABAJO ES ARTESANAL

AVD. CTRA. PAMPANICO, 257  
EL EJIDO (ALMERIA) SPAIN  
+ 34 950 482 231 / INFO@LANECA.COM  
WWW.LANECA.COM



# Semillas Fitó apuesta por la calidad para ganarse al consumidor de frutas y hortalizas

La obtentora de semillas ha organizado en La Granja (Segovia) una jornada para destacar la aportación de estas empresas a la cadena agroalimentaria

□ **Almudena Fernández**

La multinacional Semillas Fitó celebró en Segovia, el 28 de septiembre, una jornada en la que se abordó la aportación de las empresas obtentoras a la cadena agroalimentaria. La cita se desarrolló en las instalaciones del centro de innovación 'Cocina de Ideas', empresa colaboradora en investigación con la obtentora de semillas, y con la aportación de la visión de expertos de la firma Huercasa, destinada a la elaboración de productos vegetales de V gama, y de Consum, cadena con más de 670 supermercados en servicio.

Durante el encuentro, la obtentora de semillas consideró como clave "la apuesta por la calidad para ganarse al consumidor final de frutas y hortalizas". Los representantes de Fitó instaron a la implicación de todos los eslabones de la cadena agroalimentaria para ganar esta particular batalla que implica, también, el aumento del consumo de estos alimentos.

## Investigación

En encargado de abrir el debate fue Xavier Fitó, director de la División de Hortícolas de Semillas Fitó, quien aportó datos tan interesantes como que solo el 1% del precio que paga un consumidor al comprar un tomate se corresponde con el precio de la semilla. Eso significa que "un kilo de semillas de tomate puede alcanzar un precio medio de 75.000 euros, que un agricultor produce tomates por valor de 2,5 millones de euros y que esa producción genera un valor final de 7,5 millones en el supermercado".

A ello, Xavier Fitó subrayó el impulso en investigación que realizan las casas de semillas y citó como ejemplo a Semillas Fitó, cuyo 20% del presupuesto se destina a I+D, contando en El Ejido (Almería) con uno de sus principales puntos de investigación en el panorama nacional. Así, el director de la División de Hortícolas de Semillas Fitó insistió en que ese 1% del valor final del tomate, que se corresponde al de la semilla, conlleva una importante investigación en la medida que aporta a una va-



Foto de familia de los ponentes que participaron en la jornada de Semillas Fitó en la que se abordó la importancia de las obtentoras de semillas en la cadena agroalimentaria. / ALMUDENA FERNÁNDEZ

Xavier Fitó, director de la División de Hortícolas de Semillas Fitó, en el turno de debate que se abrió a posteriori. / A. F. V.



Participantes en la sesión que tuvo lugar en la 'Cocina de Ideas'. / A. F. V.



Tom Lombaerts, Chain Manager de Semillas Fitó, en su intervención. / A. F. V.

riedad las características productivas y de durabilidad que la hacen rentable para el agricultor, además de incorporar características organolépticas que la hacen idóneas para el consumidor final.

En segundo lugar, tomó la palabra Ana Rodríguez, una de las investigadoras de 'Cocina de Ideas', quien explicó cómo Semillas Fitó había confiado en este centro de innovación, nacido de la mano de Huercasa, para colaborar en la investigación y aportar el conocimiento necesario para mejorar desde el punto de vista de la industria transformadora, cuyo proceso imitan de principio a fin en las instalaciones con las que cuentan en la localidad segoviana de La Granja. "Es muy importante estudiar muy bien qué quiere el consumidor final y desde 'Cocina de Ideas' tratamos de ser un centro de innovación adecuado a las exigencias de cada una de nuestras empresas clientes", señaló Ana Rodríguez. En este mismo sentido, indicó que trabajan en una línea de "innova-

ción integrada", en la medida que se alinean con los objetivos que se marca la empresa con la que colaboran, en este caso, Semillas Fitó.

Carlos Olmos, director de Marketing y Comunicación de Huercasa, afirmó durante su intervención que "el consumidor siempre es el foco sobre el que se trabaja". Así, la exitosa empresa de V gama trata, según matizó, de detectar las tendencias de consumo para analizar cómo captarlas y generar valor. Todo ello, mediante la realización de todo tipo de tests para asegurarse que se lanza al mercado un producto viable en el que la elección varietal es fundamental "en la medida que cumple con las exigencias, por ejemplo, de color y sabor que demanda el cliente", dijo Carlos Olmos.

Por otro lado, Jesús Antonio García Herráiz aportó su visión como ejecutivo de ventas de Consum. Aseveró que desde la cadena de supermercados llevan dos años apostando por la incorporación de productos ecológicos en frutas y

hortalizas que, finalmente, se ha extendido a otros sectores. "El producto ecológico ha llegado para quedarse. No es una moda, aunque sabemos que no llegará a los volúmenes del convencional", opinó García Herráiz. En esta línea, desveló que una de las novedades de Consum, en el último año, ha sido la elaboración de fichas para frutas y hortalizas en las que se recogen las características que consideran óptimas para cada una de ellas y que, si no alcanzan, son retiradas de los lineales. "Eso supone en muchos casos reducir la vida del producto en el punto de venta pero se trata de dar lo mejor al cliente y consolidar así su confianza", matizó.

## Más consumo

Finalmente, la última intervención corrió a cargo de Tom Lombaerts, Chain Manager de Semillas Fitó, quien insistió en la apuesta por el incremento de consumo de frutas y hortalizas con productos de calidad y diferenciados. En este sentido, abordó la creación de marcas

que permitan al consumidor identificar el producto que compran y citó variedades de Fitó como el tomate rosado Monterosa, el cherry pera Esssentia o el melón Waikiki.

A continuación, se llevó a cabo un intenso debate en el que se pusieron sobre la mesa importantes cuestiones de la cadena agroalimentaria. Por ejemplo, se realizó un perfil del consumidor actual, cada vez más preocupado por productos que mejoren su salud, que presenten menos plásticos por respeto al medio ambiente y que, además, le faciliten un consumo rápido ante la escasez de tiempo para cocinar. Igualmente, se abordaron cuestiones como la necesidad de clarificar al consumidor final el beneficio de consumir productos vegetales, independientemente de que sean ecológicos o no; o la necesidad de apuestas en los lineales de los supermercados que permitan incitar a la compra tales como ofertas cruzadas (colocar el jamón junto al melón, o la nata junto a las fresas).

# GyM ofrece al agricultor lo último en innovación en maquinaria agrícola

La empresa almeriense, con sede en La Cañada, cuenta con cuatro marcas registradas destinadas a la fumigación de cultivos al aire libre y bajo plástico, además de un amplio servicio técnico, recambios y servicio post-venta

□ fhalmería

**G**yM. Maderas González y Martínez, S.L., con una trayectoria de 30 años en el mercado agrícola almeriense a manos de Francisco y Julio González, continúa su apuesta por innovar en la fabricación de maquinaria agrícola, especialmente, en maquinaria para la fumigación.

En sus instalaciones, en el barrio de La Cañada de la capital almeriense, cuentan con todo el recambio, servicio técnico y post-venta para las maquinarias de las que ellos mismos son productores.

Hasta el momento, GyM cuenta con cuatro marcas registradas: GyM, Fujiyama, Fujiyama Garden y Fumisur. Estas marcas están canalizadas en dos vertientes: maquinaria de fumigación en cultivos al aire libre y, la última, marca especializada en maquinaria de fumigación bajo plástico.

## Fumisur

De esta forma, la gama Fumisur cuenta con un catálogo extenso para ofrecer al agricultor propuestas adecuadas para la fumigación bajo plástico. Así, la gama Fumisur está compuesta por equipos manuales como lanzas, equipos en la espalda dispuesta con barras y hasta su último lanzamiento, carros autopropulsados. Estos últimos equipos ofrecen al operario



Francisco y Julio González, ambos gerentes de GyM. Maderas González y Martínez, S.L.

un ahorro en tiempo, una pulverización homogénea en una sola pasada, una mayor comodidad y productividad para realizar la fumigación de sus cultivos.

Debido a la pulverización realizada con microgotas, que consiste en convertir el líquido en partículas finísimas al proyectarlo en el aire de esta manera, se consigue llegar a más partes de la planta y que las pérdidas en el suelo sean mínimas.

## Carros autopropulsados

En cuanto a las características de los carros autopropulsados que ofrece GyM. Maderas González y Martínez, S.L., el manillar gira 360° sobre sí mismo. Con esto, el

usuario consigue visualizar su trayectoria de frente mientras se desplaza, o tener el cultivo a sus espaldas mientras se realiza la pulverización evitando de esta forma que el usuario reciba posibles rociadas del producto pulverizado.

Los modelos M.10 / M.15 / M.25 van conectados a una instalación fija por lo que no requieren depósito. Además, disponen de un enrollador para que pueda usarse una pistola de pulverización en los espacios más inaccesibles.

Los modelos M.29 / M.30 disponen de un depósito incorporado de 400 litros y 450 litros, respectivamente. Ambos incorporan indicador de nivel, depósito lava-

manos y depósito lavacircuitos. El depósito usa un grupo de explosión de 4T para su funcionamiento.

Por otro lado, el modelo M.35 es un equipo con plataforma basculante cuya plataforma mide 83x180 cm y su carga recomendada es 600 kilos.

Los modelos T.40 / T.41 son carros autopropulsados con transpaleta que presentan un sistema manual o eléctrico según el modelo. Están diseñados para palets estandarizados y una carga recomendable de 1.500 kilos.

## Apero Rastrillo

El apero rastrillo es un complemento de GyM. Maderas González y Martínez, S.L. que puede ser usado en los modelos M.10, M.15 y M.25. Es un sencillo medio de acoplamiento y desacoplamiento con un movimiento del rastrillo a través de un hidráulico eléctrico.

En cualquier caso, la diferencia entre modelos de un mismo tipo viene determinada

por el ancho de su chasis que a su vez ha sido condicionado al ancho del pasillo en el que va a usarse.



## Tecnología para su invernadero



Ponemos a disposición del agricultor la última tecnología en maquinaria, accesorios y complementos para que el trabajo en el invernadero sea eficiente y productivo.

Paraje Guillén, 5 • 04120 La Cañada (Almería) • Spain  
Tlf. +34 950 29 25 21 / 55 • Fax: +34 950 29 25 65 • info@gym-sl.com • www.gym-sl.com



GyMmaquinariaagricola



Maderas González y Martínez



gym\_maquinariaagricola



GyM\_maquinariaagraria

**GyM**

**FUMISUR**

M. GONZÁLEZ Y MARTÍNEZ S.L.

# Agrobío, más de dos décadas trabajando por un control biológico más fácil y eficaz

□ fhalmería

**F**undada en 1995, Agrobío es una biofábrica que produce y comercializa colonias de abejorros para la biopolinización e insectos beneficiosos para combatir las plagas en hortalizas, frutales y ornamentales, bajo plástico y al aire libre. Esta empresa almeriense cuenta ya con una amplia experiencia que le permite, en la actualidad, llegar a más de 35 países, cubriendo más de 45.000 hectáreas.

Una delegación de comerciales de Agrobío acudirá estos días a la feria Fruit Attraction en Madrid que, este año como novedad, junto a frutas y hortalizas se da cita el sector de ornamentales, por lo que se convierte en el escenario perfecto para reunirse con sus clientes, estrechar relaciones y dar a conocer los nuevos proyectos en control biológico de plagas y polinización con abejorros.

## El control biológico

Desde Agrobío quieren reafirmar en Madrid su convencimiento de que el control biológico es la herramienta más eficaz para combatir las plagas de los cultivos de forma natural y obtener un producto de máxima calidad, más sabroso y más seguro. Almería fue pionera con la implantación de la lucha integrada en pimiento, hito que permitió transformar el modelo agrícola de la provincia y que la ha convertido hoy día en modelo de referencia.

Tal y como destacan desde la empresa, con frecuencia reciben visitas en sus instalaciones, “muy interesados en conocer este modelo, altamente productivo y económico”. No en vano, cada vez son más las zonas geográficas interesadas en incorporar la biopolinización y los enemigos naturales a sus cultivos.

Almería y sur-este español ha conseguido posicionar sus productos ante la demanda de un consumidor más exigente, consciente de mejorar su alimentación. En este contexto, Agrobío considera que “la búsqueda del residuo 0 es fundamental y aún queda mucho trabajo por delante”. En este mismo sentido, seña-



■ Laboratorio de la empresa almeriense Agrobío.



■ El uso de alimento para ácaros depredadores en pepino es una práctica habitual de Agrobío.

lan que para ellos “es imprescindible implementar la calidad en cada proceso y el producto final, y Agrobío lo hace invirtiendo en I+D y un equipo altamente cualificado que trabaja junto al departamento técnico, experto en control biológico y muy cercano, que está a pie de campo para dar todo el apoyo necesario al agricultor, que busca la máxima calidad en

sus productos”. Con los años de experiencia los protocolos se han ido adaptando y modificando las dosis de suelta, el momento de introducción de los auxiliares y los plazos de seguridad de las materias activas, adaptándose al ritmo del sector. “Enfrentarse a estos retos es nuestra tarea y hacia donde enfocamos los proyectos y campaña en el campo”, señalan desde Agrobío.

## Ácaros presa

Tras el éxito del control biológico en pimiento, desde Agrobío ponen sus miras en el cultivo de pepino donde desarrollan iniciativas como la alimentación con ácaros presa. “Estamos inmersos en la campaña de pepino. Aquí ha jugado un papel clave la tecnología que desarrollamos para hacer posible el control biológico en cucurbitáceas, la alimentación de ácaros depredadores con ácaros presa”, han señalado.

Con los buenos precedentes de las campañas anteriores, en Agrobío esperan muy buenos resultados ya que “esta práctica ya se ha consolidado, y no solo en pepino de ciclo corto y largo frente al trips, mosca blanca y araña roja en la época de primavera y otoño, también en otras hortalizas como pimiento y berenjena, donde el agricultor cada vez adelanta más la instalación de swirskii ante la preocupación por la entrada de plaga, cuando aún no hay flor”.

## Cultivos ornamentales

Finalmente, otra línea importante y que cada vez coge más fuerza es el traslado de esta técnica a los viveros de flores del país. Para ellos, la estética de la planta es su carta de presentación y estas técnicas le ayudan a controlar el daño a causa de las plagas. Agrobío desarrolló esta tecnología en Holanda hace cuatro años y, desde hace dos, está en marcha en España, dando una respuesta eficaz al control de plagas de muchos cultivos; no obstante, desde la empresa están seguros de que “esta técnica abrirá nuevas líneas de trabajo en un futuro y una de las novedades que traemos esta campaña es la alimentación mecanizada, ya que hasta ahora se hacía de forma manual”.

Esta mejora, según afirman desde Agrobío, aporta dos ventajas muy claras: ahorro de tiempo y una distribución homogénea de la presa por toda la planta, haciendo el control biológico más fácil y eficaz.

# Seipasa repite como finalista en los premios Agrow Awards 2018

La compañía española, que ya resultó ganadora en la edición de 2017, optará al máximo galardón en las categorías de Mejor Campaña de Marketing y Mejor Producto Biológico

□ fhalmería

Seipasa, empresa española especializada en el desarrollo y formulación de soluciones naturales para la agricultura, es una de las finalistas de los premios Agrow Awards 2018. Los galardones alcanzan su undécima edición convertidos en un referente dentro de la industria agroalimentaria a nivel internacional. El año pasado, Seipasa ya ganó el premio al Formulador Más Innovador con el biofungicida de última generación Fungisei.

En esta ocasión, Seipasa opta al máximo galardón en 2 de las 16 categorías existentes: Mejor Campaña de Marketing y Mejor Producto Biológico. El insecticida natural Pirecris competirá por el premio a la Mejor Campaña de Marketing junto a multinacionales como BASF, STK o Syngenta. La campaña 'Confía en la eficacia del



Encarna Garrido, Campeona del mundo de tiro con arco e imagen publicitaria de la campaña de Pirecris.

líder' está protagonizada por la Campeona del mundo de tiro con arco, Encarna Garrido, como imagen de marca y fue presentada en octubre de 2017 para apoyar el

lanzamiento de Pirecris tras la obtención del registro fitosanitario.

La categoría de Mejor Campaña de Marketing reconoce la excelencia creativa en acciones de mar-

keting y publicidad dentro de la industria para la protección de los cultivos. Para Juan Manuel López, director de marketing de Seipasa, la de Pirecris es una campaña innovadora que pretende transmitir la eficacia, el liderazgo y el rendimiento óptimo del producto a partir de los valores de una deportista de élite y Campeona del mundo en su modalidad.

## Mejor Producto Biológico

Por su parte, Seican ha sido seleccionado como finalista dentro de la categoría de Mejor Producto Biológico junto a las referencias de multinacionales como Eastman o Marrone. Se trata de un premio al mejor producto nuevo, diseñado para la protección o mejora de cultivos a partir de un organismo natural e introducido en el mercado desde el 1 de enero de 2017.

Seican es un nuevo concepto, con dos modos de acción diferen-

tes en el mismo producto: fungicida e insecticida para el control de plagas y enfermedades. Dispone de registro fitosanitario en EEUU y se encuentra en proceso de obtención en otros cuatro países más. Desarrollado a partir de una novedosa formulación basada en sustancias de origen botánico, Seican proporciona un potente efecto de choque frente a enfermedades como oídio, botrytis, y contra un amplio número de insectos.

El director de I+D+i de Seipasa, Francisco Espinosa, ha destacado el valor de Seican como un producto que "responde a la fuerte demanda social de producir alimentos libres de residuos y totalmente alineados con el marco regulatorio europeo de reducción drástica de pesticidas químicos".

Los ganadores de los Agrow Awards se darán a conocer en una ceremonia en Londres el próximo 12 de noviembre.

## Mejorar es cambiar\*

\*Winston Churchill



### Seipasa renueva la imagen de sus productos.

Hay una nueva generación de agricultores que mira al futuro.

Una generación que reclama biopesticidas, bioestimulantes y fertilizantes 100% naturales y libres de residuos, sin renunciar a la máxima eficacia.

Una tecnología natural que Seipasa ha convertido en realidad.



Infórmate sobre nuestras soluciones en tel. 962 541 163

www.seipasa.com • consulta@seipasa.com • f t i in

# Top Seeds Ibérica consolida su buen posicionamiento en las mayores zonas productoras de España y Portugal

□ Rafa Villegas

La casa de semillas Top Seeds Ibérica ha logrado consolidar su buen posicionamiento e incrementar su presencia en las mayores zonas productoras de España y Portugal.

## Portugal

Así, por ejemplo, dentro de la estrategia de Top Seeds, ya seguida durante cuatro años, está el posicionarse en el mercado de tomate de Portugal, cuyo principal cliente es, además del mercado interior, el español.

Cabe recordar que Portugal es un país centrado principalmente en la producción de tomate. Es cierto que produce también otras hortalizas, pero exclusivamente para un consumo muy local. El caso del tomate es distinto, ya que cuentan con unas condiciones muy beneficiosas para su producción con excelente calidad, compensando las fechas en las que el exceso de temperatura, de mayo a octubre, resulta más complicado su cultivo en España.

Durante el mes de septiembre, el equipo de Top Seeds ha estado evaluando las fincas de desarrollo y demo que tiene la casa de semillas en el mercado luso, donde se ha confirmado el excelente comportamiento de su tomate Berenguel. Esta variedad aporta una muy buena producción, calidad y calibre, todo ello con resistencia a cuchara, algo que empieza a ser necesario en Portugal.

## Canarias

Pese a las limitaciones del mercado canario de los últimos años, motivadas por un incremento de la competencia con terceros países, su posición geopolítica y, como explicó Francisco Maleno, director de Top Seeds en España y Portugal, “por su falta de apoyo al sector del tomate canario”, Top Seeds ha logrado una introducción muy significativa gracias a sus variedades y especialidades de tomate. Cabe resaltar muy especialmente sus cherry con color, un gran aliciente y reclamo para



Francisco Maleno instruyendo sobre estrategia empresarial a miembros de otros países.



Francisco Maleno en el IX Congreso de Mejora Genética de Plantas en Murcia.

los agricultores del archipiélago debido a su potencial atractivo para el sector hostelero, que busca sabor e imagen.

## Tomate de industria

En cuanto al tomate de industria o para procesado, con especial incidencia en Extremadura y Ribatejo, Top Seeds continúa en su línea desde hace tres campañas. Se

trata de un sector muy competitivo, de grandes volúmenes y con posiciones muy dominantes por parte de empresas que integran la cadena de valor desde la semilla hasta la salsa final. No obstante, pese a la dificultosa penetración, Maleno dejó claro que “Top Seeds ha logrado una introducción seria y ordenada, sin prisa, pero con constancia”.

## Galicia y norte de Portugal

Las zonas productoras de Galicia y el norte de Portugal están resultando un gran aliciente para Top Seeds. No es para menos, sobre todo si se tiene en cuenta los grandes resultados que obtuvo la casa de semillas en la última campaña.

Se trata de un mercado muy atomizado y especializado en tomates con características muy determinadas. “Es ahí donde nuestro cuello verde pintón para ensalada, el todoterreno Salmérón, ha tenido una aceptación tremenda”, como explicó Maleno. Para Top Seeds ha sido una grata sorpresa comprobar cómo esta variedad se está posicionando ya como una clara referencia. Es más, Maleno aseguró que “va a ser una variedad que va a sustituir a las variedades que lideraban este mercado hasta el momento”.



Tomate Berenguel en cultivos comerciales de Portugal.



*Cabe recordar que Portugal es un país centrado principalmente en la producción de tomate*

**Sureste español**

Finalmente, cabe destacar la importancia de Top Seeds en la que es la mayor zona productora y exportadora de hortalizas de España, como es el sureste español (Almería, Granada, Málaga, Murcia y Alicante). En esta área geográfica, la casa de semillas continúa con su buena labor apoyada principalmente en pimiento para exportación, con todo su rango de variedades y distintas fechas, colores y características que demanda el mercado.

A ello se suma una oferta de tomate, principalmente cherry, muy completa. Maleno resaltó que “durante esta campaña 2018/2019, Top Seeds tiene preparado un esquema de trabajo muy potente, apoyado en fincas y demos muy extensos y que es objetivo número 1 para esta campaña agrícola”.



■ Cultivo de pepino Midi Isidro, excelente en ciclo largo. Superior en su compartamiento ante el mildiu.

■ Pepino snack Minuto, con excelente demanda durante esta primavera.

# CAPRICE

*Sabor, color y calidad*



# SQM producirá 1'5 millones de toneladas de nitratos en 2019

La compañía celebra su 50 aniversario afianzando su liderazgo nacional y global con una base de 17 plantas de NPKs solubles en todo el mundo y con más de diez mil colaboradores

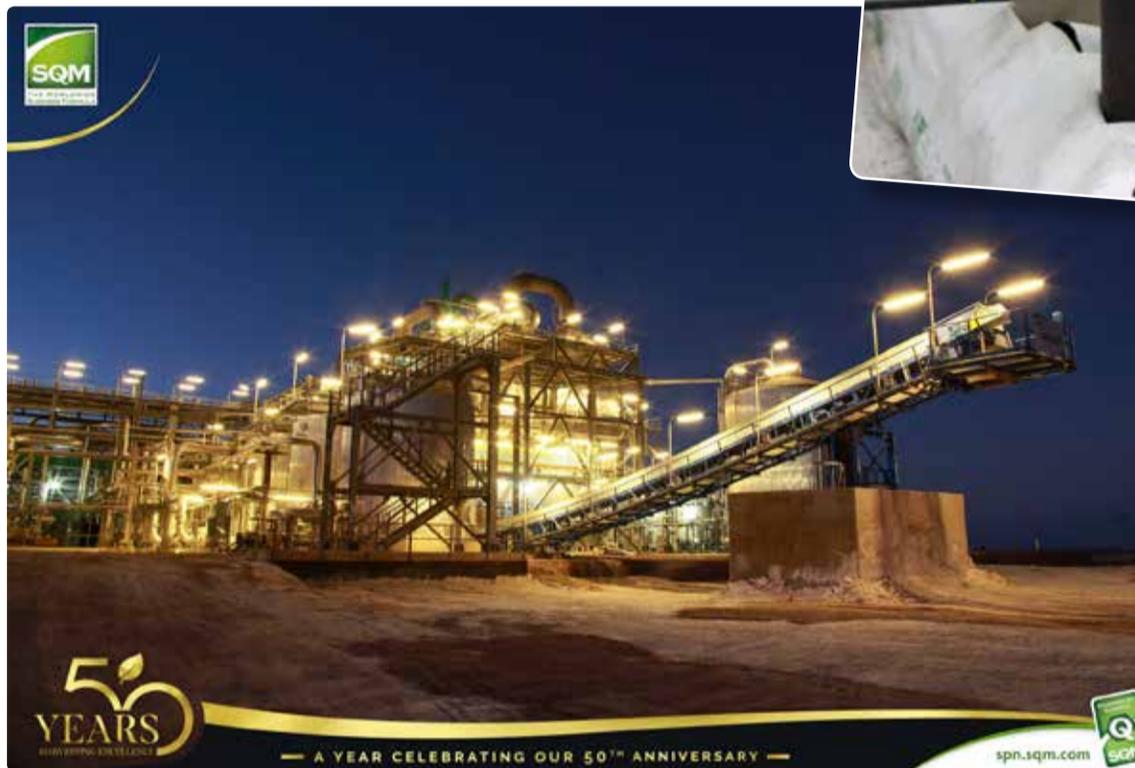
□ A.F.V.

La compañía SQM, líder mundial en fabricación de nitrato potásico, está de celebración. Cumple medio siglo de historia desarrollando productos únicos que contribuyen a mejorar la agricultura mundial gracias a una excelente nutrición vegetal. En base a ese trabajo constante, cargado de energía, constancia y dedicación, SQM espera cumplir en 2019 su propósito de alcanzar un hito productivo: las 1,5 millones de toneladas de nitratos por año.

La capacidad productiva y comercial de SQM ha permitido, desde hace años, su internacionalización y un crecimiento sistemático del que no disimulan su orgullo. José Andrés Cayuela, director comercial de SQM Iberian, reconoce que la preocupación de la empresa es siempre ayudar a sus clientes en el crecimiento de sus cultivos y, en definitiva, de su negocio. En el caso del mercado español, donde son igualmente líderes, y concretamente del almeriense, Cayuela afirmó que el nitrato potásico produce “efectos positivos en parámetros de calidad, tales como tamaño de frutos, apariencia, valor nutricional, características organolépticas y mayor vida en almacenamiento”. Para su fabricación, la empresa cuenta con los mejores recursos naturales y durante su proceso productivo, “se emite un 40% menos de gases de efecto invernadero que la competencia”.

## Crecimiento

Esa confianza del cliente, ha obligado a SQM a crecer rápidamente en los últimos años, debido también al auge del mercado internacional de nutrición vegetal de especialidad en base al frecuente uso de la fertirrigación y el microrriego en cultivos hortícolas. Para atender esta necesidad, SQM cuenta con 17 plantas de NPKs solubles en todo el mundo y con más de diez mil colaboradores, incluyendo una fuerza de ventas sólida y creciente, y un grupo inigualable de expertos en



SQM\_Planta KNO3.



SQM\_Pozas de evaporación solar Salar Atacama.



nutrición. “Esta presencia mundial nos permite declarar con orgullo que somos líderes en el mercado de fertilizantes de especialidad”, afirma José Andrés Cayuela. Además, “en el mercado español somos líderes absolutos gracias a nuestro extenso catálogo



de fertilizantes solubles, a la excelente calidad de nuestros productos y al esmerado servicio logístico que ofrecemos a distribuidores y productores asistiendo a nuestros clientes en el desarrollo de sus cultivos y de sus negocios”, matiza el director comercial de SQM Iberian.

Como líderes del mercado internacional, la compañía SQM continúa centrada en las necesidades de sus clientes, proporcionándoles tecnologías innovadoras de nutrición de cultivos que fomentan la producción sostenible. En esta línea, aseveran que seguirán realizando investigaciones agronómicas “para validar prácticas y presentar nuevos y más convenientes productos para satisfacer la creciente demanda de soluciones nutricionales”.

## Orígenes

La base sobre la que se sustenta el éxito de SQM es muy sólida, después de 50 años de historia. La compañía comenzó en el año 1968, abrazando el legado de una industria centenaria. Se creó a partir de la fusión de la corporación de Ventas de Salitre y Yodo, la empresa salitrera Anglo Lautaro y la empresa Victoria, todo ello bajo el alero del estado de Chile.

Inicialmente, SQM solo vendía nitratos y yodo, pero ya en 1986, se logró la primera producción de nitrato de potasio mediante un novedoso proceso diseñado por SQM. Durante la década de los 90, la planta de producción de nitrato de potasio técnico fue ampliada y SQM comenzó a extraer cloruro de potasio del Salar de Atacama, en el norte de Chile. Desde entonces, el crecimiento ha sido imparable y, en este 50 aniversario, la compañía se augura un gran futuro para impulsar el crecimiento sustentable de la agricultura.



# Ultrasol®

## Soluciones sólidas y eficientes



**ALTA PUREZA**  
SIN METALES PESADOS



**SIN CLORURO**  
BASADOS EN  $KNO_3$



**FIABLE**  
APORTA LA CONCENTRACIÓN INDICADA



**COSTO EFICIENTE**  
MENOR COSTO POR UNIDAD



Gracias a los recursos naturales y a las tecnologías productivas utilizadas, todas las formulaciones de los productos que ofrece SQM son altamente puras, que **no contienen metales pesados ni cloruros** que dañen la calidad y rendimiento de los cultivos.

El agua y la tierra son recursos cada vez más escasos, y conllevan el desafío de optimizar su uso a través de técnicas productivas eficientes. Las soluciones nutricionales para fertirriego son productos cristalinos altamente solubles, que aportan la **concentración indicada** y con ello los nutrientes requeridos por la planta en el momento oportuno, **sin dilución** alguna.

SQM ofrece a sus clientes un amplio catálogo de soluciones nutricionales de alta calidad, que aportan desde **macro a micronutrientes** y que junto a la fiabilidad de su amplia red logística, asegura un **suministro continuo** a nuestros clientes en toda España.

SQM IBERIAN, S.A.  
Tel: (+34) 934 877 806  
E-mail: spn-spain@sqm.com

[www.sqm.com](http://www.sqm.com)



## OPINIÓN

## LA PASIÓN ROJA DE PELEMIX

Soy Alfonso Reche, responsable técnico de berrys de la empresa Pelemix desde hace casi cuatro años. A lo largo de mi trayectoria laboral me he dedicado al asesoramiento técnico de hortalizas en el mar de plástico de Almería, pero siempre me he sentido atraído por el cultivo de frutos rojos. Gracias a Pelemix he podido realizar este sueño. Supongo que esta atracción es debida a la gran diferencia que existe, en cuanto al manejo, comparado con el cultivo de hortalizas. Para mí, la ventaja de Pelemix es que dispone de centros de producción propios en Sri Lanka, India, Tailandia y España (productos elaborados), lo que nos permite asegurar y conocer en cada momento las características de cada producto que se sirve, una gran ventaja desde el punto de vista de mi trabajo.

Somos una gran empresa que cuenta con técnicos repartidos por todo el mundo de forma que puedo tener información de labores, diferentes manejos, etc. de estos cultivos en las diferentes partes del mundo, de esta forma todos podemos salir beneficiados, pues solo consiste en transmitir información. Podemos ver, por ejemplo, que en las zonas de Sudamérica se sienten más atraídos por el uso del kit de cultivo para arándano, como en Sudáfrica prefieren usar mezclas tanto Berry tech, como Arándano Pro (material suelto para arándano). En la zona de Huelva se decantan por el material

comprimido para la maceta con diferentes estructuras para frambuesa, y un sinfín de posibilidades que se van adaptando a cada cliente en particular gracias a nuestro equipo técnico que se encarga de ver cada caso en particular y hacer una recomendación a cada cliente.

En estos años trabajando en el cultivo de frutos rojos he podido comprobar lo especial que puede llegar a ser el manejo de este cultivo debido a las peculiaridades en su crianza, sensibilidad a variaciones de PH y CE. Por esta razón, cada día veo la importancia de elegir un adecuado sustrato para la plantación. No solo a la hora de realizar el trasplante en campo, sino utilizando nuestros sustratos en el mismo vivero. Os puedo asegurar que la elección del sustrato ideal, adaptado a nuestras condiciones, nos aportará cantidad de ventajas (aireación, gran desarrollo radicular, hasta incluso ahorro importante de agua y nutrientes) y nos reducirá bastantes problemas e inconvenientes. Es impresionante ver la importancia de esta elección del sustrato, y donde más he visto yo esa diferencia es en la parte

de vivero, donde he observado diferencias abrumadoras en arándano, tanto en la parte aérea como en la radicular. Esto tiene una doble ventaja tanto para el viverista como para el productor, ya que el primero puede tener una planta ideal en menor tiempo (rentabilidad del metro cuadrado) y el segundo se lleva una planta con mucha más calidad y que entra en producción antes.

Otro aspecto importante a tener en cuenta, desde mi punto de vista, es la relación que establecemos con nuestros productores. Yo, personalmente, no me veo como un comercial más de una empresa de sustratos, es más, el día que así me sienta dejaré este trabajo, sino que mi labor es apoyar y asesorar

a los distintos productores ofreciendo alternativas que puedan asegurarle una máxima calidad y mayor producción, cualidades estas, que mucho tienen que ver con el sustrato, ya que esta es la base a partir de la cual se desarrollará el cultivo. Estoy seguro de que este es un sentimiento común de mis compañeros.

En Pelemix somos conscientes de que el cultivo de berrys está aumentando su mercado no solo en España sino también a nivel mundial, sí que es cierto que en España está siendo algo más ralentizado este crecimiento debido, mayoritariamente, a la gran mano de obra que necesita este cultivo, pero en otras zonas como Sudamérica o Sudáfrica está experimentando un crecimiento muy importante.

El consumidor se está decantando por esta fruta, pues son abundantes los estudios que se han realizado y dan a conocer las numerosas cualidades beneficiosas que aportan a nuestro organismo.

En el cultivo de frutos rojos estoy convencido de que nos queda aún mucho camino que hacer y mucho por descubrir y juntos podremos hacerlo.

Únete a nuestra gran familia.



# ‘La Comunidad Verde’ apoya activamente a Flower&Garden Attraction

Esta entidad sin ánimo de lucro reúne a las más importantes asociaciones relacionadas con el sector del jardín y las áreas verdes y tiene como objetivos la promoción de estas actividades y la divulgación de sus beneficios para la sociedad

□ Jessica Valverde

Lower&Garden Attraction, celebrada en el marco de Fruit Attraction, cuenta con el apoyo activo de la entidad sin ánimo de lucro ‘La Comunidad Verde’. Ésta auna a las asociaciones más importantes relacionadas con el sector de la jardinería y las áreas verdes.

‘La Comunidad Verde’ está apoyando activamente Flower&Garden Attraction, promoviendo una participación agrupada de sus empresas y participando en la organización de varias jornadas y encuentros empresariales de especial relevancia que contribuyan a conseguir la máxima asistencia de empresas del sector.

Esta entidad está formada por nueve organizaciones, la Asociación Española de Centros de Jardinería, la Asociación de Empresas con Productos para el Cuidado de Parques y Jardines, la Asociación de Preparadores de Tierras y Sustratos, la Federación Española de Empresas de Jardinería, la Asociación Española de Greenkeepers, la Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas, la Asociación Nacional de Maquinaria Agropecuaria, Forestal y de Espacios Verdes, el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Centro y la Asociaciones de productores de flores y plantas de FEPEX.

La participación institucional de ‘La Comunidad Verde’ permitirá informar y promover, entre los representantes de las Administraciones y



Flower&Garden Attraction. /FHALMERÍA

de los partidos políticos, el interés en suscribir ‘El Pacto por el Jardín’, elaborado por esa organización y que tiene como finalidad principal involucrar a los responsables públicos a impulsar la creación de más zonas verdes en los entornos urbanos.

## Asistencia

Flower&Garden Attraction tiene confirmada la participación de empresas productoras expositoras de las Comunidades Autónomas de Andalucía, Canarias, Galicia, Valencia, Murcia, Madrid, Castilla La Mancha y Cataluña. Además de estas empresas productoras, también ha quedado confirmada la asistencia de compañías procedentes de varios países europeos, entre los que destacan Holan-

da y Dinamarca, así como de los principales fabricantes de productos para el jardín.

Además de estas empresas y compañías, Flower&Garden Attraction contará con la presencia de los responsables de compras de las principales cadenas de centros de jardinería y bricolaje nacionales e internacionales, así como de las cadenas de distribución españolas y europeas, quienes la visitarán.

Algunas de las cadenas de centros de jardinería, como Villa Verde, que aglutina a más de 80 centros en Francia, y de bricolaje como Leroy Merlin, mantendrán reuniones con sus proveedores nacionales de flores, plantas y productos para el jardín y, además, tendrán la oportunidad de

mantener contacto con expositores internacionales.

## Ubicación

Esta nueva plataforma internacional para el sector comercializador profesional de flores, plantas y productos para el jardín estará ubicada en más de 1.000 metros cuadrados, en el pabellón 1 de IFEMA.

Además del respaldo que ha recibido por los profesionales del sector, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, MAPA, facilitará la incorporación del sector de flores y plantas y el aprovechamiento de las importantes sinergias que ofrece esta feria.

Flower&Garden Attraction ofrecerá a los expositores la máxima vi-

sualización, así como una gran promoción nacional e internacional contando con una importante inversión en el Programa de Invitados Internacionales, que atraerá a Madrid a más de 1.000 jefes de compra retail, importadores y mayoristas invitados de todo el mundo.

Este año la Feria ha designado como países invitados importadores a los países de la Península Arábiga como Arabia Saudí, Emiratos Árabes, Jordania, entre otros, estando ya confirmada la presencia de representantes de un gran número de empresas importadoras de plantas, estudios de paisajistas y empresas de construcción de esos países.

## Jornadas técnicas

El área de flora y jardín contará con un programa completo de jornadas técnicas que harán de Flower&Garden Attraction el centro de conocimiento para el sector, con unas sesiones caracterizadas por la gran diversidad de contenidos, y por el alto nivel de los participantes y ponentes.

Entre otras, destacan La Renaturalización Urbana, que consistirá en el diseño de zonas verdes con plantas autóctonas, organizada por la Comunidad Verde; Tendencias de futuro de los Centros de Jardinería en Europa; Encuentro de Euro Garden Fórum, organizadas por la AECJ, La Promoción de los Superfoods en los puntos de venta y Mercados, subastas y market places de planta y flor.



**Pelemix**  
Soluciones en sistemas hidropónicos



P.I. Las Salinas, Avda. Austria parcela 2-14 – Apdo. de correos 115, 30840 Alhama de Murcia, Murcia • Tel: +0034 968 63 60 96 • Fax: +0034 968 63 61 21  
Email: [Informacion@pelemix.com](mailto:Informacion@pelemix.com) • [www.pelemixspain.com](http://www.pelemixspain.com)

**Pedro Mínguez**

Agricultor del Campo de Cartagena

## “Lo mejor de la metodología de Wise es que te dice en todo momento lo que está pasando con el cultivo y eso permite trabajar de manera más acertada”

□ Elena Sánchez

Como en cualquier otro trabajo, en la agricultura se producen numerosas ocasiones, sobre todo durante una campaña hortofrutícola, en la que se presenta la necesidad de tomar decisiones importantes sin contar con datos fiables que las respalden. Esto, algunas veces, supone resultados positivos para la cosecha, pero otras tantas conlleva gastos considerables o un mayor uso de insumos que pueden perjudicar no solamente al cultivo, sino también al bolsillo del productor o, más importante aún, al medio ambiente.

Este es el caso, por ejemplo, de Pedro Mínguez, agricultor de la zona del Campo de Cartagena que explica cómo era su situación hace unos años y cómo ha cambiado a día de hoy. “Anteriormente, en mi caso, y como pasa a otros muchos agricultores, regaba sin control y según mi criterio, ya que no contaba con ninguna herramienta que me dijera realmente lo que estaba pasando en cada momento o cuándo la planta necesitaba más o menos agua. Por ello, con tal de no quedarnos cortos, regaba demasiado, pero muchas veces esta decisión no ha sido la adecuada, ya que usaba mucha agua, la planta tenía estrés y el rendimiento de la misma no era el idóneo o el que realmente esperaba al final del ciclo”. Sin embargo, desde hace cuatro años, la situación de Pedro Mínguez ha cambiado de manera considerable gracias a la instalación de la metodología de Wise, “con la que empezamos con un cultivo de pimiento en invernadero para, precisamente, controlar los riegos y no quedarnos cortos de agua, ya que en pimiento, si no riegas de manera correcta, puede producirse blossom, merma de producción o mala calidad de fruto, entre otros aspectos”. Mínguez ha trabajado con dos sistemas de Wise. “El primero que se instaló era con cable, pero después hicimos una mejora y Wise nos puso unos equipos vía radio. Los beneficios llegaron de inmediato, ya que nos dimos cuenta de que, con



menos agua, el cultivo también podía ser efectivo. De hecho, empezamos con un ahorro de agua de un 20-25 por ciento y ya vamos por un ahorro del 50 por ciento a día de hoy”.

En el Campo de Cartagena, el cultivo al aire libre es muy común, por lo que Pedro Mínguez, a pesar de que comenzó con esta metodología de Wise en pimiento bajo invernadero, también lo tie-

ne instalado a día de hoy en cultivo de brócoli, apio, escarola o sandía, tanto en ciclos largos como cortos y “los resultados que estamos obteniendo son muy buenos, ya que las plantas están mucho más sanas, los riegos son más controlados y el producto final es de total calidad. Lo importante y con lo que más me quedo de esta metodología de Wise es que te dice qué está pasando en todo momento y, sobre eso, tú trabajas. Además, también informa en qué fase del cultivo hay que regar más o menos y en cuál no puedes recortar el agua”, explica Mínguez.

Una planta con exceso de agua tiene problemas fúngicos, gasto innecesario de abono, asfixia radicular, no tiene oxígeno y, todo

esto, produce un retraso de la planta y está más débil. Sin embargo, como asegura Pedro Mínguez, “con la mitad de agua puedo cultivar la misma superficie. Solamente hay que saber interpretar las ondas para hacer un riego adecuado, así como también hacer un análisis de suelo, ya que en Murcia, por ejemplo, son arcillosos y muy pesados, se encharcan pronto, por lo que con la metodología de Wise hemos podido corroborar que es más indicado hacer riegos cortos, pero continuos. Hasta ahora, todos los ensayos realizados con Wise están dando buenos resultados, por lo que estamos convencidos de que esta herramienta de trabajo es cien por cien recomendable para cualquier zona y diferentes cultivos”.

# 123 empresas murcianas confirman su asistencia a Fruit Attraction 2018

Esta nueva edición contará con 28 empresas más, respecto al año anterior, procedentes de la Región de Murcia

□ Jessica Valverde

Para esta décima edición Fruit Attraction contará con la participación de 1.600 empresas de distintas regiones de España. Por su parte, la presencia murciana ha aumentado respecto a ediciones anteriores siendo, este año, 123 las empresas que participarán en esta nueva edición.

Son 28 las empresas que se han sumado a Fruit Attraction este año procedentes de Murcia, ya que en la edición pasada acudieron al evento 95.

Con esta cifra, Murcia se coloca la tercera, detrás de Andalucía y Valencia, en cuanto a asistencia de empresas al evento, acudiendo 190 y 160, respectivamente, de las dos comunidades autónomas mencionadas.

A esta región le sigue Cataluña, con la presencia de 115 empresas en la feria.

Entre las empresas murcianas participantes, se encuentran ICL Speciality Fertilizers, Pelemix, Plastimol, Soltir, Mercagrissa, San Cayetano, Viveros del Sureste, Melones el Abuelo, Sulfato Calcio del Mediterráneo, Tozer Ibérica S.L.U, Huerte, Palec Ecológicos, Greenvass, Hydroponic Systems, Grupo el Ciruelo, Grupo Paloma, Grupo Hortiberia, Probelte S.A.U, Sol de Levante Producciones, Primafrío, Proexport y Gruventa entre otras.

La presencia de todas las comunidades autónomas productoras de frutas y hortalizas del país, ratifican la confianza del sector en Fruit Attraction,



cuyo éxito radica principalmente en el gran interés del mercado hortofrutícola español para la comercialización internacional, precisamente en un mes clave para la planificación de campañas.

## Stand

Por tercer año consecutivo la Región de Murcia contará con stand propio que lucirá el lema 'Región Murcia Comunidad de Futuro'. Éste ocupará 64 metros de superficie y lucirá diferente a

años anteriores, con predominio de los colores azul, amarillo y verde, como símbolos del agua, el sol y la naturaleza, tres elementos esenciales para la producción de productos que se cultivan en la Región de Murcia.

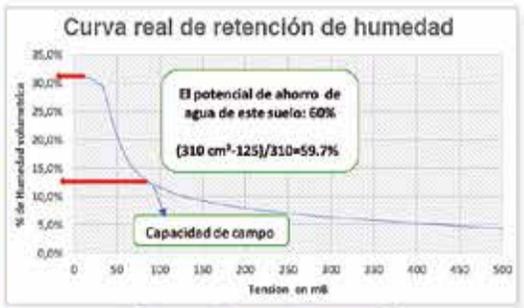
En este espacio institucional se ofrecerán degustaciones de productos ecológicos murcianos con el objetivo de dar a conocer la amplia variedad de la huerta local.

Asimismo, Fruit Attraction 2018 contará con una mayor participación internacional con países comunitarios como Holanda, Italia, Portugal, Polonia, Grecia, y destacando el fuerte crecimiento de Francia, así como de países no comunitarios como Chile, Brasil, Perú, Costa Rica, Colombia, Argentina o Sudáfrica, entre otros.



Da el paso definitivo con

**wise**  
AGROTECNOLOGÍA  
controla tu suelo

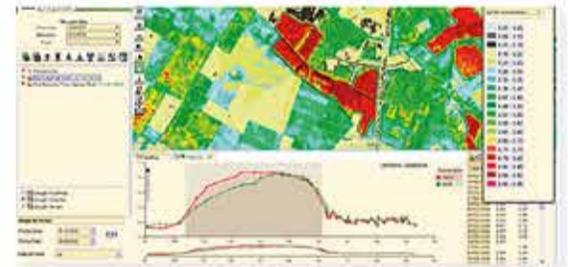


## Nuestro objetivo

Manejar el suelo correctamente para crear y mantener un equilibrio hídrico adecuado.

## ¿Cómo lo hacemos?

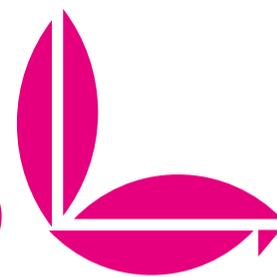
- 1 Análisis del suelo**  
Para grandes extensiones detectamos la variabilidad de los suelos mediante imágenes satelitales, que también se usan para el control del cultivo.
- 2 Instalación del equipo en campo**
- 3 Capacitación del agricultor**



wise-irrisystem.com

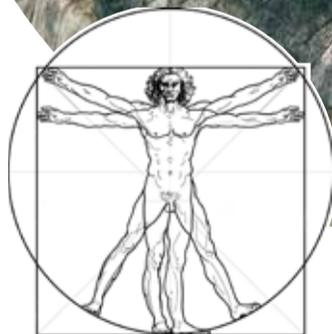
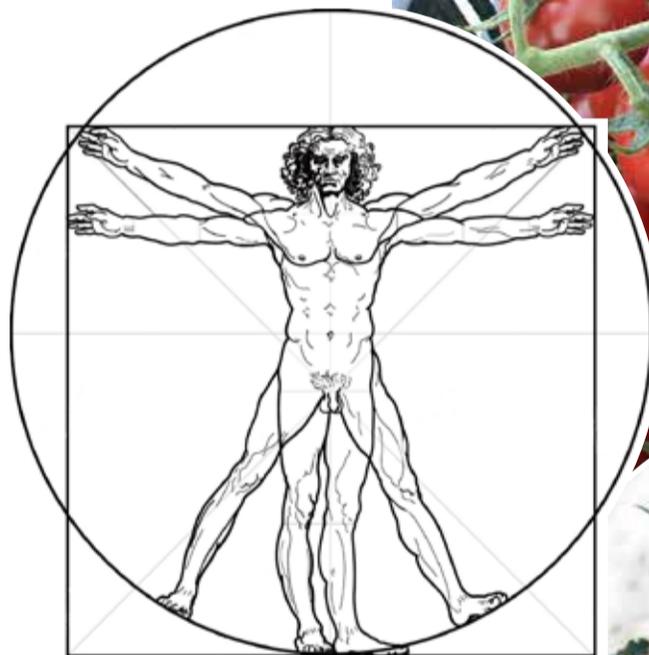
VISITANOS EN  
10 years fruit attraction  
FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS  
23-25 Octubre de 2018  
Centro de convenciones de IFEMA, (Madrid)  
PAB. 9 - STAND 9F13

# Da Vinci, una obra de arte de *EUGEN SEED*



□ Rafa Villegas

Con gran antelación con respecto a las previsiones iniciales, gracias, sobre todo, a la posibilidad de analizar con mayor facilidad los genes responsables del sabor, la casa de semillas Eugen Seed ha creado el tomate Da Vinci. Se trata de un cherry “espectacular” en su segmento.



“  
Una variedad de tomate cherry de Eugen Seed que es ideal para su trasplante entre los meses de septiembre y enero

Da Vinci se diferencia de la competencia gracias a toda una serie de características más que interesantes. En primer lugar, cabe destacar la distancia entre racimos, mucho menor que en las variedades de cherry normales, lo que permite lograr producciones más elevadas y con racimos más homogéneos. Este factor también influye en una mejor organización y rapidez a la hora de recolectar el fruto. A ello se suma una conservación, tanto de la raspa como de poscosecha del fruto, considerablemente superior, gracias a su excepcional larga vida.

## *EUGEN SEED*

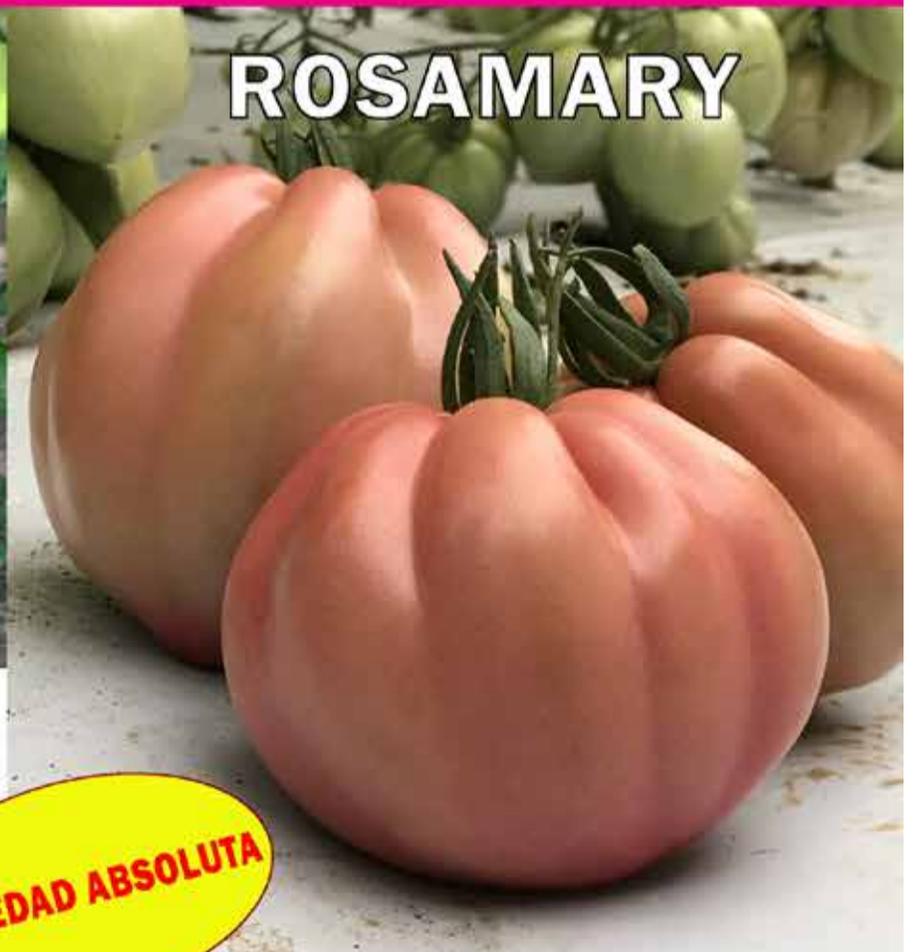
A estas dos características fundamentales, Da Vinci suma otra más que importante, como es su atractivo color rojo intenso, con gran tolerancia a rajado y una cantidad de grados Brix que alcanzan niveles “nunca antes soñados”. Por todo ello, como no podía ser de otra manera, desde Eugen Seed tienen claro que “hemos creado el tomate perfecto”.

Da Vinci, además, ofrece la tranquilidad y seguridad que proporciona su resistencia a TYLVC, nematodos y Cladosporium. Esta variedad de tomate cherry de Eugen Seed es ideal para su trasplante entre los meses de septiembre y enero.

# *EUGEN SEED*



**TODOS LOS COLORES DEL CORAZÓN**



**ESPECIAL CORAZON ANTIVIRUS TYLCV**

# CASI celebrará el X aniversario de Fruit Attraction como 'especialistas en tomate', con nuevas marcas y más comprometida que nunca con la sostenibilidad

□ fhalmería

La Cooperativa Agrícola San Isidro se ha ganado, a lo largo de las últimas nueve ediciones, la consideración de los visitantes nacionales e internacionales de Fruit Attraction. La firma con sede en La Cañada (Almería) siempre despierta expectación con su stand y su actividad en el pabellón número 9. Este año volverá a conseguirlo. Será gracias al diseño moderno y atractivo de la nueva puesta en escena, pero también por la interesante agenda de actividades que ha programado. Va a ser un año especial para la feria y CASI quiere celebrarlo con los organizadores, reconociendo el buen trabajo que se ha venido realizando, para convertir ese escaparate en una cita ineludible dentro del calendario internacional. En palabras del presidente, Miguel Vargas, "esta muestra es ya un referente y para nosotros se trata de una plataforma indispensable para planificar la campaña con clientes de todo el mundo".

## Puesta en escena

Fruit Attraction tiene un marcado carácter profesional, que es el que le ha hecho triunfar, convirtiéndola en una herramienta útil para los centenares de empresas e instituciones que participan en ella. Por eso, CASI ha primado la actividad comercial. Los encuentros de trabajo con clientes tradicionales y otros nuevos marcarán el día a día para los profesionales de la cooperativa. Por eso el stand tendrá dos plantas, facilitando una acogida cálida para todos los visitantes, a la vez que permitirá contar con independencia y privacidad cuando la ocasión lo requiera. El Gerente de CASI, Antonio Domene, destaca que "a Madrid se va a trabajar y la actividad es intensa durante las tres jornadas de feria, por eso tenemos que contar con las mejores instalaciones para nuestro equipo y para quienes nos visitan".

## Novedades comerciales

Desde el punto de vista de producto, CASI expondrá su extensa variedad en tomate, así como en



■ Espacio expositor de CASI en Fruit Attraction 2018. / ELENA SÁNCHEZ

otras hortalizas (calabacín, pimiento, berenjena, sandía...). Papel protagonista tendrá el tomate rosa, bautizado con la marca 'CASI Pink', que tanto éxito está teniendo en el mercado nacional e internacional. Para esta campaña han crecido el número de hectáreas de este producto, que ofrece tres referencias: tomate suelto, pera y cóctel en rama. Nuevos productores se han sumado a este proyecto, que ya está bien introducido en países como Polonia, con una gran aceptación. La variedad destaca por su sabor tradicional y por su larga vida después de la recolección. Para Manuel Segura, director comercial de CASI, "es un fruto diferenciador por sus características organolépticas, su sabor y su capacidad de conservación, lo que lo hacen realmente interesante de cara a la exportación".

Otra de las grandes apuestas por el sabor de CASI se centra en el tomate Adora. Esta marca de asurcado negro viene conquistando a los consumidores españoles y europeos durante los tres últimos años, con tal éxito que el proyecto sigue adelante sumando

más productores, más cultivos y abriendo nuevos clientes. La temporada trae muchas novedades para este tomate cultivado en el Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar y se darán a conocer en la feria.

'Adora' y 'CASI Pink' son un buen ejemplo del esfuerzo que viene realizando la cooperativa para conseguir tomates de sabor, a través de la inversión en I+D y el establecimiento de acuerdos estratégicos con otros agentes del sector. Una filosofía que tiene como base a sus dos mil agricultores, auténticos impulsores de una agricultura responsable, comprometida, tradicional y moderna a la vez, saludable y sostenible.

## Organic by CASI

La defensa del medio ambiente, la seguridad alimentaria y la calidad de los productos están más patentes que nunca a través de la marca 'Organic by CASI'. La cooperativa aumenta su esfuerzo e interés por la producción ecológica, doblando el número de hectáreas, hasta alcanzar las 115. Se prevé un volumen de 7 millones de kilos. El catálogo Bio de CASI lo

conforman: calabacín, tomate rama, tomate rebelión, tomate pera, tomate cherry, pimiento california y sandía mini. Ángel Gutiérrez, responsable de producción ecológica en CASI, señaló que "nuestro compromiso es seguir creciendo de manera ordenada, con planificación, para mantener la satisfacción de nuestros agricultores y de nuestros clientes, para que pronto CASI también sea un referente en ecológico".

## Foro de sostenibilidad

La firma almeriense es una de las productoras y comercializadoras de hortalizas con más historia y experiencia en el sector. Durante cerca de tres cuartos de siglo de vida ha defendido siempre las buenas prácticas agrícolas, tratando de minimizar el impacto de su actividad en el medio ambiente. Ahora lo sigue haciendo, tratando de que su actividad tenga además una influencia cada vez más positiva en la sociedad. CASI presentará en Madrid el 'Foro de Agricultura Sostenible, Retos Ambientales de los Cultivos Intensivos', que organiza en colaboración con la Fundación Patrimo-

nio Natural, Biodiversidad y Cambio Global de la Universidad de Almería, el próximo 30 de octubre en el campus de la UAL. Contarán con destacados expertos y profesionales que ofrecerán un recorrido por aquellas cuestiones que pueden permitir al sector avanzar por la senda de la sostenibilidad.

## Somos CASI

La feria internacional de Madrid servirá también para el lanzamiento de la campaña 'Somos CASI', una iniciativa encaminada a estrechar lazos de unión entre todos los miembros de la gran familia que conforma la cooperativa (socios, empleados, clientes y proveedores) y a extender su filosofía a toda la sociedad (entorno, consumidores, instituciones...). La presentación se llevará a cabo coincidiendo con la visita a la feria de medio centenar de socios agricultores, que acudirán a la feria a conocer las últimas novedades del sector de las frutas y hortalizas frescas.

## Almería 2019

CASI no desaprovechará la oportunidad de lucir con orgullo el corazón de Almería 2019, ya elegida como Capital Española de la Gastronomía para el próximo año. La compañía se sumó desde el primer momento a la candidatura como patrocinador oficial, segura de las posibilidades de su tierra y convencida de que la gastronomía y el turismo serán un gran aliado para difundir la calidad y el sabor de sus tomates y el resto de sus productos.

El stand de CASI será el escenario de diferentes citas, como es el caso, el martes 23, a las 13 horas, de la entrega de una cerámica conmemorativa a la organización de Fruit Attraction por su X aniversario. Media hora más tarde tendrá lugar la presentación de compromiso de CASI con Almería 2019.

Ya el miércoles, a las 11, está prevista la presentación del I Foro Agricultura Sostenible de CASI y la UAL, mientras que a las dos de la tarde tendrá lugar la presentación de la campaña 'Somos CASI'.

# ¿SABES QUÉ SIGNIFICA #SOMOSCASI?

#SomosCasi, es un proyecto donde todos sus participantes, aportan su experiencia y esfuerzo para destacar los valores en los que se basa esta familia, demostrando cada día su **CONFIANZA, GARANTÍA, SEGURIDAD Y RESPETO.**

En los últimos años, CASI, ha continuado consolidando su posición en el sector hasta convertirse en una de las mayores comercializadoras de tomate para consumo en fresco del mundo.

Gracias por formar parte de CASI.



DEGUSTACIÓN

# Fruit Fusión, el espacio showcooking que contará con cocineros de toda España

Esta área estará presente en la nueva edición de Fruit Attraction bajo el lema 'Sabor a Origen', y en ella participarán grandes chefs

□ Jessica Valverde

**F**ruit Fusión estará en la décima edición de Fruit Attraction. Este espacio es un escenario único de promoción de los productores de la huerta ante el canal internacional para destacar la calidad y excelencia de estos alimentos, así como las infinitas posibilidades de consumo que ofrecen dentro del canal Horeca.

Fruit Fusión acogerá una gran cantidad de demostraciones y degustaciones de productos de la mano de reconocidos chefs, todo esto bajo el lema 'Sabor a Origen'.

Este espacio, que cuenta una vez más con la colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, estará ubicado en el pabellón 6 de Fruit Attraction, feria organizada por IFEMA y FEPEX, que se celebra del 23 al 25 de octubre de 2018 en Madrid.

Entre las actividades, Fruit Fusión será escenario de diferentes showcookings elaborados con productos como berenjena, cebolla, alcachofa en varias texturas,



■ Fruit Attraction en su novena edición. /ELENA SÁNCHEZ

manzanas, patatas, quinoa, ciruelas, ajo morado, azafrán de La Mancha, entre muchos otros. Finalmente, este espacio permitirá conocer las posibilidades gastronómicas que ofrecen los productos hortofrutícolas ofrecidos por algunos participantes en Fruit Attraction como ICE -Agencia Italiana para el Comercio Exte-

rior-; Región de Murcia; Castilla y León -Tierra de Sabor-; Crdo Kaki Ribera del Xúquer; Manzanas Val Venosta; Proexport; Escuela de Hostelería; Extremadura Avante; Diputación de Alicante; Afruex; Xunta de Galicia - IGP Patata de Galicia-, y Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.

## Chefs participantes

El área contará con la participación de reconocidos chefs como Patricia Sanz del restaurante Atelier de Elche; Pepe Valadés, del Catering Vía de la Plata; Fran Fernández, restaurante El Perdón de los Pecados; Mireia Ruiz Manresa, de Cocinando con Sonrisas; Luigi Ber-

taccini; Juan Antonio Pellicer Orenes; Paco Martínez; Mireia Ruiz Manresa; José Valadés Nieto; Fran Fernández; Javier Chozas; Oliver Fernández y Palmira Soler.

Este año, además, el espacio Fruit Fusión acogerá la final del concurso Tapas Verdes (#TapasVerdes), con Javier Cochetoux, Marta Simonet y Clara P. Villalón, como jurado. También se celebrará la IV edición de los Premios Golden Gold, que de la mano de Manzanas Val Venosta reconocen a las fruterías más exigentes de España. Los asistentes podrán disfrutar de los combinados preparados en vivo por el chef, Iván Talens, Premio Nacional de Coctelería.

A esto se suma la gran conexión wifi ya que, tras el ambicioso proyecto de renovación de toda la infraestructura de conexión inalámbrica abordado por IFEMA, la feria será una de las primeras ferias en beneficiarse del nuevo servicio gratuito de wifi, que en esta edición cuenta con el patrocinio de Idoi Nature y Tradecorp.

SERVICIO EXCLUSIVO

## Digital Marketing Package, nuevo servicio ofrecido por Fruit Attraction

La feria lo pondrá a disposición de las primeras 25 empresas que lo soliciten

□ J. V. S.

**F**ruit Attraction pone a disposición de sus expositores un nuevo servicio de Marketing Digital que les permitirá impactar en la comunidad digital de la feria y en su base de datos, dos semanas antes del arranque y durante el evento.

Este nuevo servicio permitirá aumentar la notoria, convertir leads y aumentar el

tráfico al stand, pero solo de los 25 primeros expositores que lo soliciten ya que éste será un servicio exclusivo.

La feria propone dos fórmulas de contratación. Una de ellas es el 'pack basic' que ofrece un Anuncio Facebook Ads dos semanas antes de la feria, así como el diseño y desarrollo de una Landing Page personalizada, la optimización y seguimiento de la campaña, y un informe de cierre de resultados.

También puede contratarse el paquete premium, éste incluye todas las acciones contempladas en el 'Pack Basic', además de aparición en la Newsletter 'Lo que no te puedes perder'; presencia en la web 'fruitattraction.com', así como una campaña geolocalizada en Facebook Ads a todos los presentes en Fruit Attraction al abrir facebook; mensaje push en la app de la feria y un informe de cierre de resultados.



■ Nadie quiso faltar a la edición anterior de la feria. /ELENA SÁNCHEZ

**Carlos Rodríguez-Villa**  
• Director general de AlgaEnergy

# “Las microalgas ofrecen unas ventajas que hasta ahora no existían en el mercado de los insumos agrarios”

AlgaEnergy es una compañía de base biotecnológica que consolida el profundo conocimiento existente en España en la ciencia de las microalgas. Estos microorganismos, por su riqueza bioquímica y sus ventajas con respecto a otras materias primas, son de gran interés para desarrollar productos para sectores muy diversos, como la agricultura. En 2015 AlgaEnergy lanzó su gama de bioestimulantes agrícolas AgriAlgae®

□ fhalmería

## ¿Qué beneficios pueden aportar las microalgas a la agricultura?

- Tras diez años de I+D aplicada, AlgaEnergy identificó y ya ha demostrado que las microalgas ofrecen unas ventajas que hasta ahora no existían en el mercado de los insumos agrarios. De ese ingente esfuerzo de investigación ha resultado una gama de bioestimulantes AgriAlgae® altamente eficaz que, aplicada en pequeñas dosis, consigue grandes resultados. La optimización de nuestros bioestimulantes la hemos alcanzado finalmente mejorando los protocolos de cultivo de esos microorganismos y mezclando diferentes estirpes de microalgas, en la proporción adecuada. Tan importante como la materia prima son, en efecto, los protocolos de producción utilizados, tarea en la que AlgaEnergy puede acreditar una vasta experiencia y el uso de las tecnologías más pioneras. Todo ello nos ha permitido obtener un producto final de primera calidad que proporciona resultados palpables, tanto en calidad como en cantidad, en los frutos tratados. AgriAlgae® es obtenido con la tecnología UPT®, desarrollada por AlgaEnergy, que mantiene intactas las extraordinarias propiedades originales de la materia prima.

## ¿Qué resultados se obtienen con AgriAlgae® y en qué cultivos?

- AgriAlgae® ha demostrado, en más de 500 pruebas de campo, que es el complemento perfecto para todo tipo de cultivos. Gracias a su aplicación se incrementa el rendimiento del cultivo, se aumenta la resistencia y recuperación ante episodios de estrés abiótico y se optimiza la calidad de los frutos, incluyendo las propiedades

organolépticas. Estos beneficios se traducen en un incremento de la rentabilidad para el agricultor. Los resultados obtenidos no solo han sido ampliamente comprobados en campo, sino que también han sido certificados por centros independientes de I+D como por ejemplo es el IMIDRA, que ha certificado los extraordinarios resultados obtenidos por AgriAlgae® frente a otros bioestimulantes del mercado -producidos a base de macroalgas y de aminoácidos de origen animal-. Los ensayos comparativos se han realizado en cultivos como tomate, pimiento y melón, todos ellos clave en el desarrollo socioeconómico de Almería.

## ¿Qué acogida ha tenido AgriAlgae® en la provincia de Almería?

- Almería es un mercado muy maduro y tecnificado, cuyos profesionales están acostumbrados a utilizar soluciones innovadoras, como la que representa AgriAlgae®. Es gratificante escuchar cómo agricultores que lo han utilizado en una pequeña parcela, al año siguiente lo han aplicado en toda su finca.

## Este año presentan en Fruit Attraction el concepto 'Integral Biostimulation' ¿qué significa?

- Este concepto recoge los pilares sobre los que se construye nuestra propuesta de valor y confirma a la compañía como un referente mundial en el sector de los bioestimulantes. El amplio conocimiento de los cultivos y una solución innovadora, sostenible y, sobre todo, eficaz y rentable, como es la que proporcionan los bioestimulantes de microalgas AgriAlgae®, nos permiten elaborar un plan de bioestimulación integral a la medida de cada agricultor, en función de sus necesidades y las específicas de su cultivo.



**AGRIALGAE®**  
Bioestimulantes agrícolas de microalgas

¡Visítanos!  
Pabellón 7  
STAND  
7C13

Saca el máximo partido a tus cultivos

**Integral Biostimulation®**

AlgaEnergy, S.A. | Avda. Europa, 19 | 28108 Alcobendas, Madrid | sales@algaenergy.es | (+34) 91 490 20 20  
www.agrialgae.es

# Rijk Zwaan convierte lo convencional en propuestas originales, sabrosas y respetuosas con el medio ambiente

La multinacional de semillas sorprenderá en la nueva edición de Fruit Attraction con productos adaptados al consumidor de hoy en día

□ Elena Sánchez

**R**einventar e innovar son motivos suficientes para pensar en el éxito y en que productos que podían dar la sensación de quedarse estancados vuelvan a estar en los hogares como alimentos imprescindibles en el día a día de los consumidores. La multinacional de semillas Rijk Zwaan se caracteriza, precisamente, por este aspecto, por investigar y trabajar de manera constante en nuevas propuestas que hagan de lo convencional ideas atractivas, originales y sabrosas. Para esta nueva edición de Fruit Attraction, la firma va a seguir sorprendiendo con el pimiento Premium Sweet Palermo®, ya que, como novedad, va a dar a conocer la paleta de colores completa, es decir, presentará la incorporación del color chocolate (junto al rojo, naranja y amarillo) aportando, así, un sabor aún más dulce. Sweet Palermo® se caracteriza, entre otros aspectos, por su alto contenido en ácido fólico y en vitamina C. Asimismo, otra de las novedades está en el packaging, el cual se va a cambiar por una bolsa cien por cien compostable.

Rijk Zwaan trabaja, además, en el aprendizaje de poder aprovechar todo, por lo que la firma está desarrollando diferentes propuestas de V gama como el gazpacho fresco, elaborado con pimiento Sweet Palermo de Biosabor, el hummus de pimiento rojo Sweet Palermo® de La Gergaleña, el paté de pimiento Sweet Palermo de Surinver, el deshidratado Buen oh! de Sweet Palermo® de Unica Group o, en IV gama, los sticks de pimiento Sweet Palermo®.

Otro de los productos destacados para esta nueva edición de Fruit Attraction es Greentense®, una judía sin hebras, de excelente sabor, de mayor grosor y que tarda más en perder la coloración. Por ello, aporta más potasio, más fibra y está mucho más dulce. Un tradicional producto que se mo-



■ Nuevo envase compostable de Sweet Palermo, respetuoso con el medio ambiente.

derniza para los consumidores actuales.

Con el fin de hacer llegar el producto en las mejores condiciones y a nuevos mercados, Rijk Zwaan está trabajando en el pack-

kaging inteligente. Para ello, junto con Mycubies®, presenta una bolsa de tres unidades que permite mejorar la vida del producto, además de que con ella se facilita el 'ready to go'.

Sin duda, el producto no cocinado y que se puede comer en cualquier lugar y a cualquier hora está cada vez más demandado por los consumidores. Para ello, Rijk Zwaan ofrece innovaciones como:

**Lechuga Snack®** La cuchara más crujiente, sabrosa y dulce, la primera lechuga desarrollada para su uso deshojada como base de distintos preparados. Sabor, textura y su aspecto ligero y natural son otros atributos añadidos. Además, otro mensaje que la casa de semillas quiere dar a conocer en Madrid es el 'food service'. Una bolsa que contiene unas '35 cucharas comestibles', así como la reducción del uso de plásticos en su presentación.

Finalmente, durante los tres días de feria, Rijk Zwaan mostrará otras propuestas como Cabbisi, la nueva marca de mini col picuda para su consumo en fresco, que aporta un 50 por ciento más de fibra que la lechuga, así como más vitaminas B y C, así como el pepino asiático, indicado para cocinar por su bajo contenido en agua, dándole una textura más crujiente. Se posiciona como pepino para wok, conservando su sabor y firmeza después de sofreír.

## Acciones a desarrollar

Durante los tres días de feria, la casa de semillas llevará a cabo varias acciones de promoción. Por un lado, con relación a la lechuga snack, la campaña promocional se llevará a cabo en los stands de las empresas comercializadoras. Ahí y con el hastag #Eatthespoon, los visitantes podrán hacerse selfies y compartirlo en redes sociales. Otra acción estará ligada a Mycubies®, ya que habrá una serie de actores disfrazados de pepino, así como también los partners contarán con un soporte en sus stands para dar a conocer el nuevo envase de tres unidades. Finalmente, cabe destacar la promoción The Sweet Effect, un recorrido a través de los 19 stands de las empresas productoras de ecológico y convencional que participan en la promoción, donde podrán degustar las diferentes preparaciones y participar en el sorteo de 10 kits de productos Sweet Palermo®.

# VIGOROSOS CON FRÍO

Valle RZ   
Maritimo RZ  



**RIJK ZWAAN**  
Shaping a healthy future

Rijk Zwaan Ibérica | Paraje El Mami Ctra. Viator s/n | 04120 La Cañada (Almería) | T 950 62 61 90 | F 950 62 60 25 | www.rijkwaaan.es



**blueleaf**

Visítenos del 23 al  
25 de octubre en Ifema, Madrid

**10 years** fruit  
attraction  
FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Pabellón 9 - Stand 9D12

# Agroiris lanzará esta campaña una línea de productos 'residuo cero'

La empresa almeriense se caracteriza por ofrecer, junto a productos tradicionales, otros más especializados en sabor, forma y color, que son ampliamente demandados por consumidores y supermercados Premium

□ Almudena Fernández

Javier Díaz, hasta ahora director comercial de Agroiris, acaba de asumir la dirección general de esta consolidada empresa almeriense con más de dos décadas de experiencia en la comercialización de frutas y verduras. En esta nueva etapa, asegura que no se avecinan grandes cambios, aunque durante esta campaña que empieza a dar sus pasos sí habrá una gran apuesta por los productos 'residuo cero'.

Díaz, en declaraciones a FHALMERÍA, aseguró que "Agroiris es ya una empresa muy consolidada que necesitará cambios muy mínimos. Los agricultores llevan ya muchos años con nosotros e intentamos hacer un buen servicio para que tengan un buen retorno del producto que cultivan y creo que esa es la clave de nuestro éxito, el esfuerzo continuo por dar lo mejor", indicó Javier Díaz. A ello, añadió que en Agroiris "hay un buen equipo de trabajo y tenemos instalaciones y maquinaria moderna para dar lo mejor a los agricultores que son nuestra verdadera razón de ser".

En cuanto a los cultivos con los que trabajan, la empresa ejidense se esfuerza por adaptarse a la demanda de los clientes y satisfacer lo que piden los mercados. Así, en Agroiris no han dudado en subirse al carro de la tendencia de consumo por productos cada vez más limpios, más demandados por consumidores altamente preocupados por hábitos saludables y consumos responsables. Por ello, durante esta campaña, Javier Díaz ha adelantado que serán "pioneros en desarrollar una línea de productos, no solo en pimiento, en la que se va a garantizar residuo cero. Seremos muy estrictos con los plazos de seguridad para garantizar que al consumidor le llega la hortaliza sin ningún residuo. Creemos que puede haber un mercado interesante en esta línea pionera".

Además, Agroiris también dará sus primeros pasos en esta



Javier Díaz, director general de Agroiris.

campaña con cultivos de pimiento, calabacín y pepino de cultivo ecológico.

## Especialización

Por otro lado, Javier Díaz recordó que, desde Agroiris, son especialistas en trabajar con productos Premium a través de cultivos que son requeridos por clientes más exigentes o bien por público muy específico. Así, tras el éxito de la compañía hace unos años con los sweet bite de Tribelli, en Agroiris han continuado ampliando su gama con propuestas tales como "Tribelli largo o el pimiento cónico Sweet Palermo®" con los que tan buenos resultados están obteniendo.

"En definitiva, tratamos de cubrir toda la gama de pimiento dulce, sin olvidarnos del pimiento picante, productos para mercados específicos como el pimiento blanco y, sin dejar de lado, otros cultivos más tradicionales como el pimiento California, pepino, berenjena o calabacín", manifestó el director general de Agroiris. En esa búsqueda de cubrir tendencias, Agroiris no cesa en poner en el mercado productos "con buen sabor, lógicamente, pero que también cubran otras exigencias específicas de tamaño o color", puntualizó Javier Díaz. En cuanto a los mercados con los que



Trabajos de confección de las bolsas de Sweet Bite. / ALMUDENA FERNÁNDEZ



Tareas de manipulado en el centro con el que cuenta la empresa en la Carretera de Almerimar, en El Ejido.



Cajas con pimiento California en las instalaciones de Agroiris. / ALMUDENA FERNÁNDEZ

trabaja Agroiris, es en Europa donde tiene su mayor nicho con Alemania, Francia o Inglaterra como principales pilares, además del mercado nacional. "Aun así, no dejamos de buscar y lograr oportunidades también en Estados Unidos, Canadá o incluso Dubái. Se trata de llegar a los máximos sitios posibles con el fin de lograr la mayor rentabili-

dad del agricultor", puntualizó Javier Díaz.

La presencia de Agroiris en Fruit Attraction, entre el 23 y 25 de octubre, irá encaminada también a consolidar estos mercados y planear la campaña antes de afrontar los meses más intensos, de noviembre a marzo. "Además siempre nos gusta ver los productos que se ofrecen, las

nuevas tendencias, los avances tecnológicos o los que hay en maquinaria. Nos gusta estar preparados para esas exigencias del mercado", indicó Javier Díaz.

Agroiris cuenta con alrededor de 700 agricultores socios que cultivan unas 1.400 hectáreas, que permiten producir hasta 190 millones de kilos de frutas y hortalizas al año.

# AGROLIRIS

## Frutos del Mediterráneo







¡Añada ya KIPLANT All-Grip a su programa de fertilización!

Kiplant   
 knowledge and innovation in plant sciences  
**All-Grip**

**MÁS EFICIENCIA EN FERTILIZACIÓN  
 MEJORES RESULTADOS**



## Kiplant All-Grip

es un biofertilizante compuesto por microorganismos solubilizadores de fósforo, productores de fitohormonas y enzimas extra-celulares, con acción metabolizadora de la materia orgánica de los suelos.

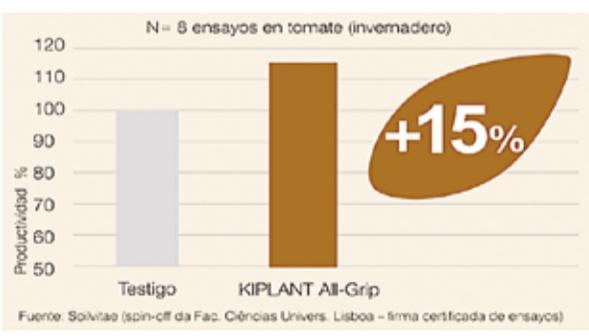
### ¿Cómo Kiplant All-Grip ayuda al crecimiento de los cultivos?

- ▶ Promueve la absorción de fósforo
- ▶ Evita desequilibrios nutricionales de macro y micronutrientes
- ▶ Interviene en varias rutas metabólicas de la planta

### ¿Por qué elegir KIPLANT All-Grip?

Está compuesto por un consorcio microbiano muy especializado. Los efectos que Kiplant All-Grip tiene en la planta son:

- ▶ Acción fitohormonal directa, en el crecimiento y en la productividad de los cultivos.
- ▶ Acción enzimática.
- ▶ Resultados homogéneos en una gran variedad de suelos, incluidos los que sufren situaciones de estrés.



Dosis de aplicación en vegetales, cereales (maíz, trigo, arroz, etc.), frutales, viña y olivo: 3-6 l/ha en 1 o 2 aplicaciones

Visite nuestra web [www.asfertglobal.com](http://www.asfertglobal.com)



Rua Nova da CEE  
 2005-008 Várzea  
 Santarém (Portugal)  
 Tel: (+351) 243 779 431  
 E-mail: [info@asfertglobal.com](mailto:info@asfertglobal.com)  
[www.asfertglobal.com](http://www.asfertglobal.com)



# Jaguar Land Rover presenta sus nuevas instalaciones con diseño modernista y acogedor

Están ubicadas en Huércal de Almería y nacen con el objetivo de satisfacer la demanda de los clientes de la zona resultando un paso más en la evolución que ha experimentado el grupo

□ Elena Sánchez

Con el objetivo de consolidar a Jaguar y Land Rover como una de las empresas más estables de Almería, Nieto Motor Almería ha inaugurado las nuevas instalaciones de estas dos marcas de lujo ofreciendo su amplia gama, así como un concesionario en el que atender la gran demanda de clientes en Almería y su provincia con un diseño modernista y acogedor. “Es una apuesta importante en todos los sentidos. Hemos querido presentar dos marcas de lujo como Land Rover y Jaguar vinculadas a una tierra mágica, una tierra de cine, como es Almería. Estas dos marcas son referentes dentro del sector del lujo o de las marcas Premium y vamos a seguir apostando porque, en Almería, sigan creciendo. Hoy por hoy, somos uno de los mejores concesionarios a nivel nacional y, eso, estando en Almería, nos enorgullece porque competimos con gente muy buena”, explica Santiago González, gerente de Nieto Motor Almería.

El concesionario Nieto Motor Almería, perteneciente al Grupo Nieto Adame, cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector automovilístico e inicia de esta manera una nueva etapa en Almería disponiendo de unas instalaciones con más de 700 metros cuadrados, que nacen con el objetivo de satisfacer la demanda de la zona y resulta un paso natural más en la evolución que ha experimentado el grupo.

Como asegura Santiago González, “el sector del automóvil está cambiando y, evidentemente, Jaguar y Land Rover están dentro de ese cambio como el resto de marcas. Contamos con coches híbridos y eléctricos, pero la evolución va a estar condicionada por la demanda del mercado”. Además, para González, esa demanda, hoy por hoy, “es corta, ya que son coches que no están al alcance de todo el mundo, porque aunque no sean marcas de lujo su fabricación es cara, pero entiendo que con el paso del tiempo y la mejora de las tecnologías se irá abaratando este tipo de productos que, además, están mostrando un alto



Joaquín Nieto Adame, Santiago González (tercero dcha.), Esther Valdés y Luis Antonio Ruiz (dcha.), junto a otros trabajadores y miembros de Nieto Motor.

compromiso con el medio ambiente”. Y es que, Jaguar y Land Rover llevan ya dos años adecuando su red mundial a los estándares que hoy día están activos, independientemente de que como concesionario “queramos mejorar y dar una mayor imagen de marca”, concluye Santiago González.

La inauguración de las nuevas instalaciones de Land Rover y Jaguar, ubicadas en Huércal de Almería, se realizó por todo lo alto con una fiesta donde, además de una nutrida asistencia de clientes y amigos de la marca, se contó con la presencia del consejero delegado de Jaguar Land Rover, Luis Antonio Ruiz, y diversas autoridades del panorama almeriense.





## PRO COMO TÚ



**LA GAMA FIAT PROFESSIONAL SON TODO SOLUCIONES PARA TU NEGOCIO.  
GAMA FIAT PROFESSIONAL DESDE 6.850€\***

Gama Fiat Professional: Consumo combinado entre 3,6 y 7,5 l/100 km. Emisiones de CO<sub>2</sub> entre 115 y 234 g/km.

\*VP Recomendado de 6.850€ para Fiat Fiorino Cargo Base NI 1.4 57 kW (77 CV). Incluye transporte, descuento del concesionario y fabricante y descuento adicional por financiar con FCA Capital España, E.F.C., S.A.U., según condiciones contractuales por un importe mínimo de 6.198€ con un plazo mínimo de 48 meses y permanencia mínima de 36 meses. Ejemplo de financiación sin entrada, por un importe total del crédito de 6.850€ con 72 cuotas mensuales de 120,07€. TIN 7,99%, TAE 9,48%, comisión de apertura 205,50€ al contado, importe total a plazos 8.850,54€, importe total adeudado 8.850,54€. Todos los importes reflejados no incluyen IVA. IEMT y gastos de matriculación no incluidos. Oferta válida para profesionales en Península y Baleares hasta el 31/10/2018.

**FCA CAPITAL**  
España



**PROFESSIONAL**

PROFESIONALES COMO TÚ



**NietoMotor**  
ALMERÍA

**VENTA.** Ctra. De Granada. 2º Tramo, 61 - Tel. 950 624 455 - Almería - [www.nietomotoralmeria.com](http://www.nietomotoralmeria.com)  
**TALLER.** C/ Sagitario, 22. Pol. Ind. Venta Alegre - Tel. 950 624 160 - Huércal de Almería



/ ALMUDENA FERNÁNDEZ

## Vicasol abre en El Ejido una nueva nave para continuar la senda de la agricultura moderna que le caracteriza

La sociedad cooperativa cerró la campaña pasada con un aumento del 7% en producción y continúa con las miras puestas en crecer en el segmento de ecológico

□ Almudena Fernández

Vicasol es una cooperativa andaluza de primer grado compuesta por más de 900 agricultores socios que cultivan unas 1.800 hectáreas de invernadero con una producción anual de más de 200 millones de kilos de hortalizas. Desde su nacimiento, en 1979, el apoyo de los agricultores almerienses y su apuesta por productos de calidad han sido sus marcas identificativas hasta el punto de hacerles crecer y contar con cuatro naves en Vícar, La Mojenera, Níjar y El Ejido. Precisamente, en esta última localidad, acaban de inaugurar una nueva nave que permite mejorar el servicio a sus agricultores socios.

En concreto, José Manuel Fernández Archilla, gerente de Vicasol Sca, afirmó en declaraciones a FHALMERÍA que este nuevo centro de manipulado de El Ejido abrió sus puertas a los agricultores el pasado 19 de septiembre. “Desde esa fecha tenemos a todo el equipo de trabajo empleado a fondo para dar el mejor de los servicios a nuestros socios y clientes. Desde el punto de vista estético y operativo podemos decir que este nuevo centro es espectacular y no hay nada parecido en Almería”, señaló el gerente.

No en vano, la nueva nave ejidense, ubicada en el diseminado



■ Presidente y gerente de Vicasol, en su anterior visita a Fruit Attraction. / E.S.

Los Majales, cuenta con unos 125.000 metros cuadrados de urbanización y hasta 47.500 metros cuadrados de superficie construida en los que se albergan unas modernas instalaciones. El gerente de Vicasol insistió en que este nuevo espacio de la cooperativa

“es una gran apuesta de Vicasol por el futuro en la medida que se quiere seguir apostando por una agricultura moderna y de calidad como es la de Almería”.

La compañía almeriense, que comercializa alrededor de 230 millones de kilos de hortalizas

cada año, ha logrado crecer en producción entorno a un 7% durante la campaña 2017/18. Según el gerente de la entidad, se trata de una cantidad que triplica a la oferta con la que llegaba al mercado en sus inicios. Respecto al balance de la campaña 2017/18 “no ha sido demasiado mala pero evidentemente ha estado lejos de los precios de venta y márgenes de la anterior, cuando claramente los precios fueron mucho mejores”. Por lo que se refiere a la campaña agrícola que acaba de iniciarse, confiesa que es muy pronto para aventurarse a hacer pronósticos pero que ya están trabajando “para que sea lo mejor posible”. Aun así, “el inicio tardío y los problemas de plagas y enfermedades han complicado un poco las primeras semanas de campaña”, señaló el gerente.

### Mercados

A pesar de comercializar productos perecederos, el 85% de la facturación de Vicasol proviene de ventas en mercados internacionales. Su andadura en el exterior comenzó en Francia, Alemania, Inglaterra y Suiza, alcanzando a día de hoy prácticamente la totalidad de los países europeos. Los planes futuros del gigante almeriense pasan por aumentar su segmento de cultivo ecológico. En este sentido, el presidente de Vicasol, Juan Manuel González,

afirmó que “en la línea de producción ecológica seguimos creciendo, cada vez estamos mejor situados. En cuanto a volumen, esta campaña se situará en torno al 10% del producto convencional”. Aun así, se muestra cauto y señala que habrá “que estar pendientes a la evolución del mercado porque, por lo pronto, seguimos evolucionando con él”.

El cultivo de todas las hortalizas que comercializa Vicasol se realiza bajo los más estrictos controles de calidad. Tomates, pimientos, pepinos, berenjenas, melones, sandías y calabacines forman parte de un extenso catálogo, que mostrarán estos días en la feria especializada de Madrid, Fruit Attraction.

El presidente de Vicasol afirmó que llegan a esta cita especializada con el objetivo de mostrar a los clientes y a los visitantes en general “la verdadera dimensión de Vicasol así como el trabajo que realizamos en favor de la excelencia de los productos hortícolas”. Respecto a la agenda de reuniones para los días 23, 24 y 25 de octubre, Juan Manuel González recordó que a Fruit Attraction “acuden visitantes de toda Europa y la práctica totalidad de nuestros clientes por lo que acudimos con una nutrida representación de la cooperativa para atender a todo aquel que tenga a bien visitarnos”.



Pabellón 9.  
Stand 9b06.

10 years fruit attraction

FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

*Volvemos  
a nacer  
cada día*

*S*



# Biofruit Congress estará presente en Fruit Attraction para debatir sobre el futuro de los mercados ecológicos

El evento será organizado por Eurofresh Distribution y Fruit Attraction. Se celebrará en el marco del ORGANIC HUB el próximo miércoles 24 de octubre en el Fruit Forum ubicado en el pabellón número 6 de Feria de Madrid

□ Jessica Valverde

Fruit Attraction continúa en crecimiento, siendo cada año un evento más completa en constante innovación e inserción de nuevas áreas y eventos, así como el crecimiento de visitantes y expositores atraídos por los buenos resultados de esta concentración del mundo hortofrutícola

Debido a su ambición de mejora constante, la feria no ha pasado por alto la gran importancia que está adquiriendo el mercado ecológico. Cada año crece de forma considerable y Fruit Attraction en su nueva edición contará con Biofruit Congress, un congreso organizado por Eurofresh Distribution y Fruit Attraction en el marco del Organic Hub el próximo 24 de octubre en el Fruit Forum ubicado en el pabellón 6 de Feria de Madrid.

Este debate nace de la necesidad creada por el lanzamiento de una nueva legislación europea y un crecimiento renovado del consumo de dos dígitos provocando que los mercados de productos frescos orgánicos se enfrenten a nuevos desafíos y oportunidades.

Biofruit Congress contará con reconocidos expertos y distribuidores líderes que analizarán los últimos datos y tendencias en frutas y verduras orgánicas y más allá con otras 'cadenas de valores'.

## Organización de la jornada

El evento se dividirá en tres bloques. El primero girará en torno a tendencias mundiales e impacto de la nueva normativa. En esta sesión se debatirá sobre 'La nueva normativa de la UE sobre productos orgánicos: ¿Qué futuro impacto tendrá en el mercado y para los productores? ¿Más democrático o restrictivo?', intervención que correrá a cargo de Elena Panichi, directora adjunta de la Unidad B.4 Productos orgánicos, Comisión Europea.

Este primer bloque también contará con la intervención de Julia Lernoud de FIBL & IFOAM-Organics International,



Vista panorámica Fruit Attraction 2017. JELENA SÁNCHEZ

quien tratará el tema de 'Demanda mundial y de la UE de productos orgánicos; perspectivas'.

Otro de los temas que se tratarán en este primer bloque será 'Tendencias y oportunidades del mercado con el sector minorista, canales especializados y países emergentes', a cargo de Pierre Escodo, editor de la revista Eurofresh Distribution.

La última intervención en este primer bloque será la de Juan Manuel Sánchez Adame, director de certificación del CAA, quien abordará el tema de 'Certificación y diversidades normativas en un mercado mundial: ¿cómo unificar los criterios de auditoría, reducir la competencia desleal y explorar oportunidades comerciales?'

El segundo bloque estará centrado en el panel de minoristas, donde estarán los principales consumidores. En este se acogerán dos conferencias. La primera correrá a cargo de José Tienda, director de Rewe Group/Campaña Verde. Su intervención consistirá en un 'Análisis del panel Consumidores y minoristas, tendencias del mercado en profundidad, por Ed Griffiths, analista de Kantar

Analyst; Alemania y Suiza, los principales consumidores; cómo mejorar la segmentación y la marca'. Y la intervención restante, titulada 'Alemania y Suiza, los principales consumidores; cómo mejorar la segmentación y la marca' realizada por Katja Bahrtdt,

quality manager del Grupo Coop Katja Bahrtdt.

En el tercer y último bloque se debatirá sobre 'La demanda de más "valor añadido" más allá de los productos orgánicos', esto se refiere a aspectos como el comercio justo, biodinámico, local,

neutro en carbono y cero residuos, entre otros. Este último bloque contará con la experiencia de distribuidores especializados como Eosta, LaVieClaire o Naturland.

Con esto finalizará el Biofruit Congress de Fruit Attraction que promete ser todo un éxito.



# BIOFRUIT CONGRESS

MADRID 24 OCT. 2018

# GLOBALG.A.P. Summit reunirá a medio millar de participantes en Lima en noviembre

El foro, al que acudirán 70 ponentes de importantes organizaciones, se abre como el espacio ideal para conversar sobre las últimas novedades en el mundo de la inocuidad alimentaria, la sostenibilidad y las buenas prácticas

□ A. F. V.

**G**LOBALG.A.P. Summit se celebrará en Lima (Perú), del 5 al 7 de noviembre, con varios delegados almerienses del sector agroalimentario, entre los más de 450 participantes que se esperan en el encuentro con 70 ponentes.

Kris de Smet, de Koppert Biological Systems; José Luis Molina, presidente de Hispatec, y Mari Carmen Morales, gerente de calidad y sistemas de Anecoop, serán los nombres de la provincia almeriense en un evento que se celebra cada dos años y que trata de fomentar el diálogo entre los miembros de la comunidad global. Según explican desde la organización, GLOBALG.A.P. Summit es un espacio ideal para conversar sobre las últimas novedades en el mundo



Kris de Smet, de Koppert.



José Luis Molina, de Hispatec.



Mari Carmen Morales, de Anecoop.

de la inocuidad alimentaria y la sostenibilidad, como también sobre las buenas prácticas agrícolas y acuícolas y, en definitiva, el futuro del sector. Los participantes, que vendrán del sector alimentario global, encontrarán áreas para hacer networking y muchas ocasiones para mantener discusiones fructíferas.

En esta importante cita, GLOBALG.A.P. reúne a delegados minoristas, productores, compradores y proveedores. A ellos se suman organizaciones comerciales así como organismos de certificación y acreditación. Asimismo, esperan atraer a institutos de investigación, agencias gubernamentales y grupos de consumidores en una

edición en la que, nuevamente, se centrarán en buscar métodos para crear nuevos mercados para alimentos producidos de manera responsable. Todo ello, sin dejar de lado los retos que suponen una agricultura expuesta, cada vez más, a condiciones climáticas extremas y políticas nacionales que son cambiantes.

Desde GLOBALG.A.P. animan a la participación en esta nueva edición, avalados por el éxito de convocatorias anteriores. “En nuestro Summit 2016, discutimos el futuro de certificación de fincas. Ha llegado la hora de dar el próximo paso. El crear nuevos mercados es decisivo para un futuro sostenible en la agricultura, por lo cual lo enfocamos en el GLOBALG.A.P. Summit 2018. Reunimos a toda la comunidad de miembros de GLOBALG.A.P. de nuevo para mirar hacia nuestros logros conjuntos, explorar el futuro de nuestra visión y misión de certificación de aseguramiento de fincas. Ser parte de una gran campaña de todas las partes interesadas para comunicar los principales logros”, afirman.

El programa puede consultarse en la página web: [www.summit2018.org](http://www.summit2018.org)



**GLOBALG.A.P.  
SUMMIT  
2018 LIMA  
PERÚ**  
5-7 Noviembre

CREANDO OPORTUNIDADES  
PARA ALIMENTOS Y FLORES  
PRODUCIDOS RESPONSABLEMENTE

**POR PRIMERA VEZ EN LAS AMÉRICAS**

Conectando. Colaborando. Creando.

**5-7 DE NOVIEMBRE DEL 2018**

¡RESERVE LA FECHA!



#GGSUMMIT2018

[WWW.SUMMIT2018.ORG](http://WWW.SUMMIT2018.ORG)

PATROCINADOR PLATINO



CON EL APOYO DE



# Fruva amplía y mejora sus instalaciones pensando en la calidad del producto y satisfacción de sus clientes

Este nuevo proyecto, que se comenzó a idear el pasado año debido al crecimiento de las exportaciones, cuenta con la ampliación de recepción del producto con temperatura y humedad controlada

□ Elena Sánchez

Import-Export Fruva es una empresa hortofrutícola ubicada en Dalías que, gracias a su amplia experiencia en el sector, le permite ofrecer el mejor servicio tanto al mercado nacional, como internacional durante los 365 días del año, satisfaciendo, así, la demanda con productos excelentes y de calidad que cuentan con los certificados de calidad GlobalGAP, BRC, IFS y GRASP. Fruva ofrece su producto a Italia, Alemania, Inglaterra, Europa de Este comercializando hortalizas

como pimiento, berenjena, calabacín y tomate, además de frutas como melón y sandía en la época de primavera-verano.

Debido al crecimiento de sus exportaciones en los últimos años, Fruva está llevando a cabo un proyecto de ampliación de sus instalaciones. Para ello, en primer lugar, la empresa ha realizado la compra de más terreno para aumentar el espacio de la

“

*La empresa hortofrutícola almeriense destaca por aspectos tan diferenciadores como la innovación y el trabajo durante todo el año, que permite a sus clientes el suministro de producto durante 365 días del año, con la misma marca y los mismos criterios de calidad*

central hortofrutícola. Asimismo y pensando en la calidad de su producto y en la satisfacción de los clientes, Import-Export Fruva está realizando algunos cambios en el proceso de manipulación, como, por ejemplo, la

instalación de nuevas cámaras en la entrada del producto para empezar antes con la cadena de frío y del aumento de la vida útil del producto.

La empresa hortofrutícola almeriense destaca por aspectos tan diferenciadores como la innovación y el trabajo durante todo el año, que permite a sus clientes el suministro de producto durante 365 días del año, con

la misma marca y los mismos criterios de calidad y le permiten estar siempre a la vanguardia de un sector en continuo cambio y con el fin de poder satisfacer las necesidades que van surgiendo, cada año, en la agricultura. Por ello, siguiendo las novedades e innovaciones del sector, Fruva está adquiriendo nueva maquinaria de procesado y manipulación del producto. Todo ello, unido a su dilatada experiencia en la comercialización de frutas y hortalizas de primera calidad, hace de Fruva el mejor aliado para satisfacer las exigentes demandas de sus clientes.



# La campaña alcanzará las 35.900 hectáreas según las primeras previsiones de la Junta

El pimiento y el calabacín incrementan su superficie una campaña más, mientras que el tomate, pepino, berenjena y judía descienden por segundo año consecutivo

□ Elena Sánchez

La campaña hortofrutícola almeriense 2018/2019 cuenta con las primeras previsiones en cuanto a superficie se refiere. Según los datos facilitados por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Almería contará con 35.900 hectáreas de cultivo de hortalizas bajo plástico (sin incluir el doble ciclo de cultivo), una cifra similar a la de ejercicios anteriores. Sin embargo, supone 339 hectáreas menos que las cultivadas el año pasado y 760 hectáreas menos que las que se registraron en la campaña 2016/2017.

## Por productos

Desglosando el número de hectáreas según los productos que se cultivan en el campo almeriense a

lo largo del curso, el pimiento es la hortaliza, junto al calabacín, que continúa subiendo su presencia. Según las estimaciones de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, este producto alcanzará las 10.480 hectáreas, es decir, 300 más que el ejercicio anterior.

El pimiento se convierte, así, en el cultivo con mayor presencia en toda la provincia almeriense, superando al tomate, fruto que, durante años, ha sido el líder en el sector de Almería. Sin embargo, para la campaña 2018/2019, Agricultura espera que se llegue a las 9.890 hectáreas, casi 500 hectáreas menos de superficie que el curso anterior, cuando se cerró el año con un total de 10.181 hectáreas de cultivo de tomate.

El calabacín es la tercera hortaliza con mayor superficie en el



El pimiento llegará a rozar las 10.500 hectáreas este año. /ELENA SÁNCHEZ

campo de Almería, ya que se prevé para el presente curso se cultiven 8.120 hectáreas, 260 más que en la campaña 2017/2018, cuando se terminó con un total de 7.860 hectáreas.

En cuarto lugar se encuentra el pepino, que este año rozará las 5.000 hectáreas. En esta ocasión desciende su superficie de cultivo, pero sigue teniendo una presencia importante en la

agricultura del campo almeriense. Por detrás aparecen la berenjena (2.110 hectáreas), que también sufre un descenso, al igual que la judía (380 hectáreas).



Pimiento

Tomate

Berenjena

Calabacín

Pepino

Espárragos

Melón

Sandía

Guisante

Tirabeque

## ¡Comprometidos todo el año!

Import Export  
**Fruva**

Carretera de Berja, s/n • 04750 Dalías, Almería (Spain) • Tel.: +34 950 494 600 • Fax: +34 950 494 633  
E-mail: antonio@fruva.com • Visit our website: www.fruva.es



# La tercera edición de Infoagro Exhibition acogerá alrededor de 39.000 visitantes y 500 expositores

La feria, que tendrá lugar entre los días 22 y 24 de mayo en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Aguadulce, contará con encuentros B2B

□ Jessica Valverde

Infoagro Exhibition ultima los preparativos para su tercera edición, en la que se esperan alrededor de 39.000 visitantes y 500 expositores. La feria bienal se desarrollará entre los días 22 y 24 de mayo en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Aguadulce.

Este evento es considerado un evento de agricultura intensiva de primer nivel y elige la región de Almería como lugar estratégico para este encuentro del que son piezas fundamentales el productor agrícola y la industria auxiliar de la agricultura intensiva.

En referencia a las empresas, Infoagro Exhibition es el escenario perfecto para mostrar sus productos y servicios a todos los agentes de la agricultura presentes en un mismo escenario. Además, la feria es el referente internacional de los cultivos intensivos y el lugar donde hacer negocio, tanto para el expositor como el agricultor.

## Expositores

En esta nueva edición el espacio expositor ascenderá a 17.000 metros cuadrados que ocuparán las 500 empresas participantes. En esta edición volverán a con-



Infoagro Exhibition 2017. /ELENA SÁNCHEZ

centrar los fabricantes y productores biológicos más importantes bajo el identificador VíaECO.

Asistirán más visitantes profesionales y los expositores podrán disfrutar de varias salas entre las que se encuentra la de conferencias, de presentaciones corporativas y de encuentros B2B/B2C. Los visitantes de la feria son, en su mayoría, empresas agrícolas que comercializan

su propia producción o en asociación con otros productores y compradores dedicados a agricultura convencional y biológica. También acudirán ingenieros agrónomos y profesionales pertenecientes a la industria agrícola.

## Gran asistencia

Para este año 2019 se espera alcanzar los 40.000 visitantes de

la industria hortícola intensiva, consumidores de insumos agrícolas y material técnico.

Los asistentes a la feria no solo proceden de España o Europa, sino que recibirán una considerable cantidad de profesionales de Sudamérica y Centroamérica, debido al gran prestigio, influencia y negocio que Almería tiene tradicionalmente con las zonas productoras

más importantes del continente americano. Por su proximidad geográfica, un notable número de visitantes proceden del Norte de África, en especial Marruecos y Argelia, tienen una nutrida representación.

Durante los días del evento, la feria Infoagro Exhibition colabora con los diferentes agentes del sector del Agro para la divulgación de las últimas novedades científico-técnicas y el debate entre los aspectos más importantes en la comercialización.

Además, Infoagro Exhibition ofrece a los expositores un espacio para las presentaciones comerciales a su red de distribuidores y clientes sin salir del recinto de exposición. Puede reservar la sala en periodos de 45 minutos. También, en una sala anexa puede ofrecer un cocktail a sus clientes tras la presentación.

## Sala B2B

en la feria habrá una sala disponible destinada a la celebración de las jornadas y meetings empresariales. Será un espacio para expositores donde tendrán la posibilidad de realizar encuentros en un ambiente más relajado. Este será un servicio gratuito para los expositores.

## Empresas de envases y embalajes buscan clientes en Infoagro Exhibition

□ fhalmería

Los envases y embalajes son una pieza clave en la comercialización y distribución de las frutas y hortalizas y, por tanto, las empresas dedicadas a este subsector de la industria auxiliar de la agricultura ocuparán un lugar relevante en la próxima edición de la feria de agricultura intensiva de Almería. En la misma, las empresas de envases,

embalajes y cartonaje han encontrado un filón en el que establecer relaciones con comercializadoras y todas las empresas de la industria auxiliar, por lo que es el sector que más se estima que crezca esta próxima edición.

Jesús García, director de Infoagro Exhibition explica que "el sector hortofrutícola no se entiende sin las empresas de envase y embalaje, por eso esta tercera edición se está realizando un esfuerzo muy grande des-

de la organización para que estas empresas estén presentes y tanto comercializadoras, industria auxiliar y agricultores finales puedan conocer todas las novedades que hay en este subsector de la agricultura intensiva".

Las empresas de envases y embalajes, un subsector en continuo proceso de mejora, no sólo para adaptarse a los cambios legislativos, sino para adecuar sus productos de manera que aseguren una mejor



Stand de Casi en Infoagro 2017. /FHALMERÍA

conservación de las frutas y hortalizas, contarán con un lugar específico y de referencia en el evento que les permita mostrar sus innovaciones a los profesionales del sector.

Y es que el cometido de Infoagro Exhibition es ofrecer la más amplia gama de empresas, productos,

innovaciones y conocimiento sobre el sector hortofrutícola y su industria auxiliar, de manera que los profesionales del sector encuentren, durante los tres días de la feria, la más amplia representación de los agentes que componen todos los eslabones de la cadena agroalimentaria.



# infoAgro EXHIBITION

EPICENTRO DE NEGOCIOS DEL PRODUCTOR AGRÍCOLA

PALACIO DE CONGRESOS DE AGUADULCE ROQUETAS DE MAR - ALMERÍA

DEL 22 AL 24 MAYO 2019

WWW.INFOAGROEXHIBITION.COM



**500**  
EXPOSITORES  
EXHIBITORS

**39.000**  
VISITANTES  
PROFESIONALES  
PROFESSIONALS VISITORS

**17.000 m<sup>2</sup>**  
DE EXPOSICIÓN  
OF EXPOSITION

**20**  
PAÍSES  
COUNTRIES

**III FERIA DE AGRICULTURA INTENSIVA**

CONFERENCIAS

PRESENTACIONES

ENCUENTROS B2B/B2C

PREMIOS



# ECOHAL Andalucía aumenta su espacio de exposición y traslada a la feria a más de 70 personas del equipo comercial y la gerencia

En total, la organización ocupará un espacio total de 738 metros cuadrados, mostrando toda su oferta en el Pabellón 9, a excepción de Biocaña, que se ubicará en el Pabellón 6 con las empresas de ecológico

□ **Rafa Villegas**

La Federación Andaluza de Asociaciones de Empresarios Comercializadores Hortofrutícolas (ECOHAL Andalucía) se muestra fiel, un año más, a la cita con la feria más importante de frutas y hortalizas de cuantas se celebran en el territorio nacional, como es Fruit Attraction.

En esta ocasión, además, como explicó Alfonso Zamora, gerente de ECOHAL Andalucía a FHALMERÍA, acuden a la que es su feria favorita, incluso por encima de la berlinesa Fruit Logistica, con un mayor espacio expositor que en la anterior edición de la cita de IFEMA y FEPEX.

En total, ECOHAL Andalucía pasa de contar con un espacio para su stand de 550 metros cuadrados, como tenía el año pasado en Fruit Attraction, a exponer toda su oferta en dos espacios que suman un total de 738 metros cuadrados. En concreto, como ya viene siendo habitual, sus empresas participantes darán a conocer sus productos y servicios en el Pabellón 9, todas a excepción de Biocaña, compañía perteneciente a Grupo La Caña y que se ubicará en el Pabellón 6, lugar elegido por la organización para instalar a todas las empresas de ecológico.



La Unión con ECOHAL en Fruit Attraction 2017. / RAFA VILLEGAS



La Caña también participó con su organización ECOHAL el año pasado. / RAFA VILLEGAS

Además de aumentar su espacio expositor, ECOHAL Andalucía también desplaza a la décima edición de Fruit Attraction a más personal que el año anterior. Concretamente, según adelantó Zamora, en esta ocasión “se desplazan a la feria madrileña más de 70 personas de los equipos comerciales y de la gerencia”. Ello implica un incremento de diez personas con respecto a 2017.

## Participantes

En cuanto a las empresas pertenecientes a ECOHAL Andalucía que participan este año en el evento ferial de frutas y hortalizas más importantes de España, de la provincia de Almería se desplazan a IFEMA un total de cuatro empresas. Se trata, concretamente, de Agroejido, Hortofrutícola Costa de Almería, así como Alhóndiga La Unión y SAT Agroi-

rís. La participación de empresas de la organización procedentes de la provincia de Granada es superior. En este caso acuden a Fruit Attraction Frutas Los Cursos, Frutas El Portón, Frutas Manzano, Hortícola Guadalfeo, Campos de Granada-Fulgencio SPA, así como Grupo La Caña. Cabe recordar que este último lo integran Miguel García, Eurocastell y Biocaña.



Stand de Frutas Los Cursos con ECOHAL en Fruit Attraction 2017. / RAFA VILLEGAS



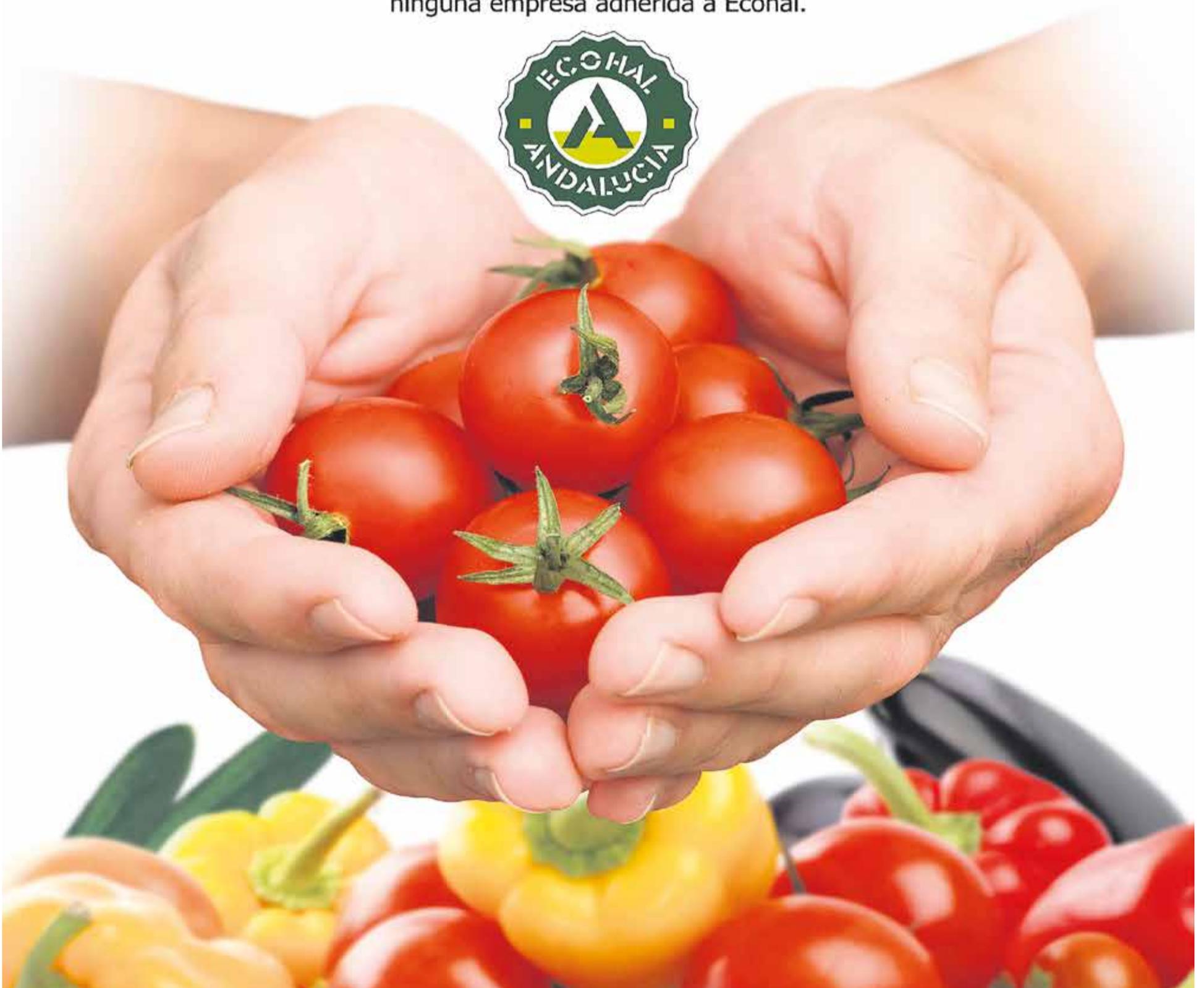
Stand de SAT Agroiiris dentro del espacio expositor de ECOHAL en Fruit Attraction 2017. / RAFA VILLEGAS

# 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.



# Fruit Attraction contará por segundo año consecutivo con el World Fresh Forum

Este espacio de networking empresarial e institucional permitirá aprovechar las oportunidades en la península arábiga y Canadá

□ Jessica Valverde

Para su décima edición Fruit Attraction volverá a contar, por segundo año consecutivo, con la sección World Fresh Forum, en el que se presentarán las oportunidades de negocio y los retos comerciales que existen en los países invitados en esta edición, Arabia Saudita y Canadá.

Este espacio será inaugurado por la Secretaria de Estado de Comercio, Xiana Méndez, el miércoles 24 de octubre, junto con autoridades de Arabia Saudita, Canadá, IFEMA y FEPEX. Bajo el título “La península arábiga y Canadá, claves y oportunidades de mercados en expansión”.

Gracias a este espacio se podrá analizar el potencial de estos mercados, los instrumentos públicos de apoyo, así como los retos de los exportadores en estos mercados.

Tras la inauguración institucional que será conjunta para los dos países, tendrá lugar el encuentro empresarial e institucional dedicado a la Península Arábiga, en el cual habrá dos mesas redondas. La primera “Claves y oportunidades para abordar este mercado” será moderada por la Directora Adjunta de Alimentos, Vinos y Gastronomía del ICEX. En ella intervendrán responsables de destacadas empresas comercializadoras de Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos y Jordania.

La segunda mesa redonda abordará las barreras fitosanitarias y arancelarias, así como los instrumentos públicos de apoyo para los mercados de la Región, finalizando con un desayuno networking con ponentes y empresas.

## Canadá

El jueves 25 de octubre, desde las 9,30 horas hasta las 11 horas, tendrá lugar el encuentro empresarial/institucional con Canadá. Tras la apertura, se desarrollarán también dos mesas redondas, abordando la misma temática que, la jornada



Fruit Attraction 2017. /ELENA SÁNCHEZ

da sobre la Península Arábiga.

Para la Directora de Alimentos, Vinos y Gastronomía del ICEX, María Naranjo Crespo, el World Fresh Forum tiene, dentro del contexto de Fruit Attraction, una relevancia especial porque pretende llamar la atención sobre mercados de alto potencial para el sector hortofrutícola y de la flor cortada. Canadá y Arabia Saudita son los países invitados en esta edición precisamente por el alto crecimiento de la demanda de productos españoles y por las excelentes perspectivas que se abren para el sector con el acuerdo de libre cambio que se ha firmado con Canadá.

En las dos mesas redondas que se han organizado se van a

tratar tanto aspectos prácticos sobre los canales de comercialización y de organización del mercado específicos en cada caso, como también los aspectos técnicos y regulatorios que las empresas del sector tienen que considerar a la hora de exportar allí.

## Evolución positiva

Canadá y Arabia Saudí se han caracterizado por una evolución positiva de las exportaciones españolas de frutas y hortalizas en los últimos años.

Tras Brasil, Canadá y Arabia Saudí son los principales destinos no europeos de la exportación española de frutas y hortalizas frescas, según datos de 2017 de la Dirección General de Aduanas. Las exportaciones españolas a Canadá en

2017 se elevaron a 58.438 toneladas, un 34% más que en 2016, por un valor de 68,6 millones de euros (+20%). Las exportaciones a Arabia Saudí

crecieron un 17% en volumen, y un 14% en valor en 2017 con relación a 2016, totalizando 53.788 toneladas y 55,2 millones de euros.



Cartel World Fresh Forum. /FHALMERÍA

# Eradicoat<sup>®</sup>, el acaricida-insecticida sin plazo de seguridad

Se trata de un producto de Certis España registrado para todos los cultivos hortícolas de invernadero, que ejerce un control eficaz sobre ácaros, pulgones y mosca blanca sin generar resistencias

fhalmería

**E**radicoat<sup>®</sup> es un producto de Certis España que está formulado a base de maltodextrina, una materia activa de origen vegetal que está presente de forma natural en las plantas. Registrado por el Ministerio de Agricultura como producto fitosanitario, no tienen plazo de seguridad en ningún cultivo y no tiene LMRs definidos a nivel europeo. Puede ser aplicado justo antes de la recolección produciendo un rápido descenso de poblaciones plaga como vasates, araña roja, pulgón o mosca blanca.

## Eradicoat<sup>®</sup>, modo de acción

Eradicoat<sup>®</sup> actúa por contacto sobre todas las plagas, ya sean ácaros o insectos, causando su muerte de dos maneras distintas:

- Por asfixia, al bloquear los espiráculos respiratorios o los estigmas de la plaga.

- Por adhesión, haciendo que el ácaro o insecto se quede pegado a la superficie de la planta.

Eradicoat<sup>®</sup> tiene un rápido efecto de choque y obtiene altos niveles de eficacia trascurridas 24 horas del tratamiento, por lo que es un producto ideal para restable-

cer el equilibrio entre plaga y enemigos naturales en los cultivos protegidos. Es inocuo para huevos de fitoseidos (*Amblyseius swirskii*, *Phytoseiulus persimilis*...) y, al no ser residual en el cultivo, pueden realizarse introducciones de enemigos naturales sin ningún

riesgo en la zona tratada trascurridas unas horas de la aplicación.

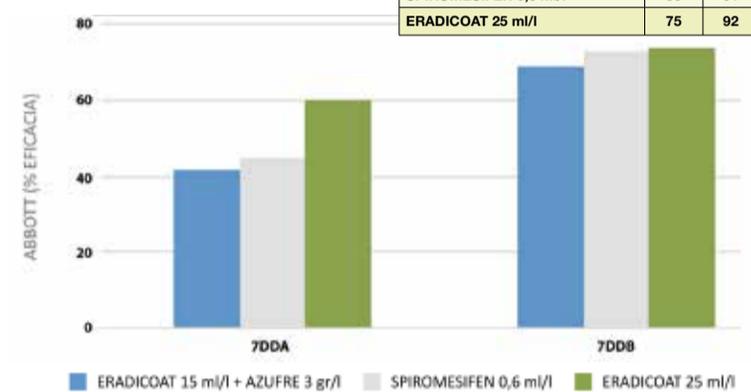
## Eradicoat<sup>®</sup>, eficacia sobre vasates y araña roja

Eradicoat<sup>®</sup> ha demostrado una gran eficacia en el control de vasates en tomate y araña roja en

distintos cultivos hortícolas, obteniendo un control de la plaga incluso por encima de los estándares químicos del mercado.

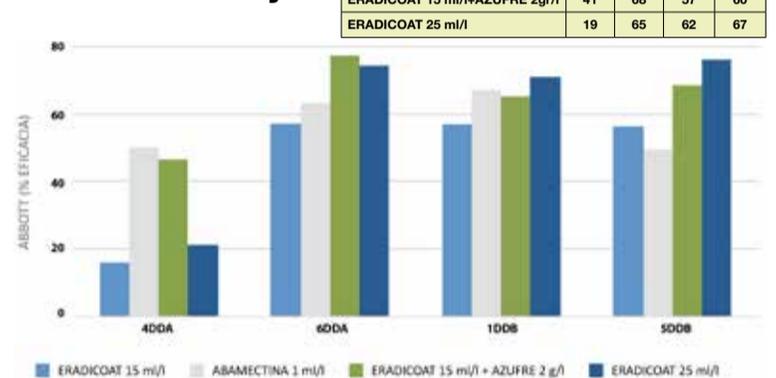


### Eficacia Eradicoat<sup>®</sup> contra vasates



■ Con una única aplicación de Eradicoat<sup>®</sup> a dosis de 25 ml/l se obtiene más del 75% de eficacia sobre formas móviles de vasates, siendo superior al estándar químico de referencia. Esta cualidad da a Eradicoat<sup>®</sup> un gran efecto de choque sobre la plaga. Tras la segunda aplicación, la mezcla de Eradicoat<sup>®</sup> a menor dosis con azufre también da eficacias superiores al 80% sobre el ácaro.

### Eficacia Eradicoat<sup>®</sup> contra araña roja



■ Tras una aplicación de Eradicoat<sup>®</sup> a dosis de 25 ml/l se obtiene más del 60% de eficacia sobre formas móviles de araña roja, siendo superior a la referencia química. La mezcla de Eradicoat<sup>®</sup> a dosis de 15 ml/l con azufre (2 g/l) da niveles de control superiores o iguales a la referencia química.

**Agricultor, ¿cuál es tu opción para el control de ácaros, mosca blanca y pulgón?**

A  Un producto de rápida eficacia

B  Un producto que no genere resistencias

C  A y B



- Formulado a base de Maltodextrina.
- Modo de acción por contacto.
- Exento de LMR y sin plazo de seguridad.
- Compatible con programas de control biológico y control integrado de plagas.

En Certis escogemos trabajar hoy por la agricultura del mañana.  
Escoge la Opción C. La C de Certis.

# Cajamar apuesta por propiciar encuentros entre expertos para debatir de los temas de mayor interés para el sector hortofrutícola

El Grupo Cajamar sigue en su línea de, además de financiar el crecimiento de empresas y cooperativas, promover actividades que contribuyen a conocer mejor el sector

□ Rafa Villegas

**G**rupos Cajamar se suma a la celebración del X Aniversario de Fruit Attraction y para estos días ha organizado una serie de mesas redondas y entrevistas con expertos del sector para compartir temas de interés creciente como el emprendimiento y las innovaciones tecnológicas en agua; la nutrición, el bienestar y la salud humana a través de la alimentación; las tendencias de consumo y las posibilidades de nuevos materiales en los usos del plástico; y la internacionalización y la comunicación como claves de éxito para la comercialización agroalimentaria en el futuro próximo.

## Programa

De esta manera, además de financiar el crecimiento de las empresas y cooperativas, el Grupo Cajamar promueve actividades que contribuyen a conocer mejor el sector agroalimentario desde dentro, como el encuentro de emprendimiento agroalimentario 'Tu+Yo. El futuro es nuestro' (día 23) y el foro '2028. Confianza y Futuro' (días 23, 24 y 25), espacios para el análisis y el debate que se celebrarán en su stand en horario de mañana y tarde en torno a cuatro grandes temas: Agua, Alimentación, Comercialización y Nuevos Materiales.

Dentro del Foro '2028. Confianza y Futuro', los asistentes podrán aprender en mesas redondas tan interesantes como la que protagonizarán Emilio Camacho, catedrático de Ingeniería Hidráulica de la Universidad de Córdoba; Luis Narvate, director de Investigación en sistemas fotovoltaicos del Instituto de Energía Solar (IES-UPM); y Víctor Morales, director técnico de SEIASA. Estos tres ponentes hablarán de 'Modernización de regadíos: retos y tecnologías'.

El miércoles se multiplican las mesas redondas, con una dedi-



Stand de Grupo Cajamar en Fruit Attraction 2017. /RAFA VILLEGAS

“  
**Además de financiar el crecimiento de las empresas y cooperativas, el Grupo Cajamar promueve actividades que contribuyen a conocer mejor el sector agroalimentario desde dentro**

cada a la 'Innovación tecnológica en nuevos materiales', a las 10:30 horas, en la que debatirá, entre otros, el gerente de Alhóndiga La Unión, Jesús Barranco. A las 12 dará comienzo la mesa redonda 'Agricultura de precisión para la gestión del riego', mientras que a la una de la tarde está previsto un interesante diálogo sobre 'los alimentos en la prevención de enfermedades'. Le seguirán una mesa

redonda sobre 'Nutrición y bienestar', que contará entre los ponentes con el director corporativo de SAT Primaflor, Cecilio Peregrián, a las 13:30 horas; y una última, a las cinco de la tarde, en la que consultores y expertos en marketing e imagen de marca agroalimentaria hablarán sobre 'El valor añadido en la agroalimentación. Cuestión de imagen'. Ya el jueves, Cajamar propone

dos diálogos a dos, uno sobre 'Hábitos de vida y riesgos de cáncer', a las diez de la mañana, y otro sobre 'Empresas que construyen marca-país'. A ellos se suman dos mesas redondas, una sobre 'Tendencias de consumo en relación a los nuevos materiales', a las 10:30 horas, y una última, a las 13:30 horas, sobre 'Internacionalización, tendencias de consumo y comercialización'.

El encuentro dedicado al emprendimiento agroalimentario tendrá lugar el martes a las 12:30; mientras que el foro '2028, Confianza y futuro', comenzará ese mismo día a las cinco de la tarde con la mesa redonda sobre ten-

dencias tecnológicas que estará dedicada al agua.

El Grupo Cajamar es, por lo tanto, fiel un año más a la que es, sin lugar a dudas, la feria hortofrutícola de referencia en España y la más importante también para aquellos agentes de la cadena que buscan frutas y hortalizas de origen español.

El espacio expositor del Grupo Cooperativo Cajamar se sitúa en esta ocasión en el Pabellón 7, este se ubica, concretamente, en el stand 7D09. El stand del grupo financiero es, edición tras edición, uno de los más visitados durante los tres días de feria en IFEMA Madrid.

# Las trampas cromáticas identifican plagas específicas informando de la gravedad de la infección

Otras características de las ecotrampas son su riesgo cero de intoxicaciones, cero horas de plazo de seguridad y es un sistema que no genera resistencia en las plagas

□ fhalmería

Las trampas cromáticas se componen de una lámina de polipropileno, pegamento entomológico y papel siliconado, que se utilizan para atraer y detectar las principales plagas en el cultivo. De hecho, desde Ecotrampa, empresa líder en la fabricación de trampas cromáticas, aseguran que la utilización de las mismas ayuda a reducir el uso de pesticidas, son el mejor sistema de vigilancia y control y tienen la capacidad de detección temprana de la presencia de plagas. Es más, contribuyen a identificar plagas específicas informando de la gravedad de la infección, para poder tomar las medidas de control adecuadas. Asimismo, desde Ecotrampa indican que estas trampas cromáticas confirman el lugar donde se inicia la infección.

Ecotrampa está en continuo trabajo e investigación con el fin de conocer todos los aspectos positivos del uso de dichas trampas. Por este motivo, en los últimos estudios realizados con investigadores independientes, se llegó a la conclusión de que se obtienen más capturas por cm<sup>2</sup> en trampas de tamaño pequeño que en las trampas de tamaño grande y lo importante es una buena distribución de las mismas.

### Más características

Otros aspectos positivos de las ecotrampas son: 0% de riesgo de intoxicaciones para las personas, animales domésticos y plantas, cero horas de plazo de seguridad, es un sistema que no genera resistencia en las plagas, supone 0% de residuos una vez que la trampa ha realizado las capturas, se retiran y no queda ningún residuo en el medio ambiente. Ecotrampa ha expuesto en las principales ferias internacionales con un más que notable éxito.



“ La utilización de ecotrampas ayuda a reducir el uso de pesticidas, son el mejor sistema de vigilancia y control y tienen la capacidad de detección temprana de la presencia de plagas ”



Máxima calidad al mejor precio  
Consulte en su Almacén de Confianza

10 years fruit attraction  
FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS  
Visítanos en Stand nº 3A04B

Fabricadas en Andalucía  
www.ecotrampa.com  
info@ecotrampa.com

Registrada en Ministerio de Agricultura y Pesca como MDF (Medio de Defensa Fitosanitaria)



azul  
Trips, moscas escaridas



amarillo  
Mosca blanca, moscas del manílo, pulgones, minadores, dípteros, trips y mosca escarida.



roja burdeos  
Empoasca vilis (mosquito verde)



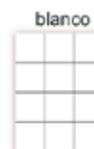
negro  
Tuta absoluta (minador del tomate)



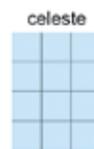
transparente  
Trampa color neutro para control de insectos mediante feromonas



verde  
insectos que transmiten la Xylella fastidiosa



blanco  
Trampa color neutro para control de insectos mediante feromonas



celeste  
Trips, moscas escaridas





■ Instalaciones de Escobar y Castañeda.

## Plan 2020: King Courgette garantiza un cien por cien de uso de energía verde en sus instalaciones

La empresa almeriense se convierte en la primera firma de la provincia en garantizar un uso completo de energía verde en sus instalaciones y procesos

□ fhalmería

**H**ace unos meses King Courgette® anunciaba la implantación y la puesta en marcha de su nuevo Plan 2020. Aunque su objetivo estratégico es lograr convertirse en el mejor operador de calabacín de Europa en un plazo de dos años, el trasfondo de su plan es bien distinto: reinventar y reestructurar la empresa para adaptarla a las nuevas tendencias del mercado y al futuro de la industria.

Tras la creación del Departamento de Sostenibilidad y su integración en la Red Española del Pacto Mundial para el desarrollo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por la ONU, la empresa da por cerrados los acuerdos pertinentes relacionados con su Plan Energético 2020. “La gestión de la energía en términos de sostenibilidad es algo que nos ha preocupado desde hace tiempo. Hemos estudiado un amplio número de alternativas relacionadas con la instalación de placas solares, pero estas nos permitían alcanzar tan solo un 30-40% de uso de energía verde. Pero queríamos el 100%, y de ahí que comenzásemos a negociar un nuevo plan de energía con nuestra compañía eléctrica” - aclara José Luis Escobar Jiménez, director general de la empresa.

Y es que la sostenibilidad será la nueva base de su plan es-

tratégico a futuro. “Hemos comprendido que el tema de la sostenibilidad no puede ser una simple moda ni tampoco un asunto a desarrollar por cuestiones de imagen empresarial. El concepto de sostenibilidad es mucho más amplio y su integración desde la perspectiva social y medioambiental dentro de las organizaciones supone, en definitiva, innovar y reestructurar las empresas para convertirlas en las catalizadoras del progreso y el cambio”, explica Escobar.



# COEMFE debate sobre los retos de los Mercados Centrales en su III Congreso

El evento tendrá lugar este miércoles, 24 de octubre, a partir de las 11:30 horas en el pabellón 5, sala A5.2 y contará con la presencia, entre otros, de Andrés Góngora, responsable estatal de frutas y hortalizas de COAG

fhalmería

La décima edición de Fruit Attraction está plasmada de encuentros, conferencias, jornadas y congresos que van a tratar los numerosos temas relacionados con la agricultura, su comercialización, innovación, producción, etc. En este sentido, el próximo miércoles, 24 de octubre, la Confederación Nacional de Mayoristas de Frutas y Hortalizas (COEMFE) debatirá sobre los retos de los Mercados Centrales de frutas y hortalizas en la celebración de su tercer congreso.

El acto comenzará a partir de las 11:30 en el pabellón 5, sala A5.2, con la presentación del presidente de COEMFE, Andrés

Suárez. A continuación tendrá lugar la presentación de José Miguel Herrero, director general de Industria Alimentaria.

La presentación del Manifiesto Europeo de Federaciones de Mayoristas Hortofrutícolas estará a cargo del presidente de COEMFE, así como de Valentino Di Pisa, de Fedagromercati-Confcommercio, y Christian Berthe, de Francia.

Más tarde, María González, de la dirección Internacional y Proyectos de Mercasa, tratará la declaración de Mercados Centrales europeos para poner en valor la importancia de la función mayorista.

Finalmente, se llevará a cabo una mesa redonda titulada ¿Cómo afrontamos los retos del sector hortofrutícola?, en la que



Al final del congreso habrá una mesa redonda sobre cómo afrontar los retos del sector hortofrutícola. /ELENA SANCHEZ

se abarcarán temas como la prórroga de concesiones administrativas de mercados centrales y la adecuación a la ley de la Cadena Alimentaria-AICA. En esta mesa redonda participarán Josep

Tejedo, director general de Mercabarna; David Chica, director general de Mercamadrid; Jaume Flores, presidente de AGEM; Luis Navas, presidente de la Asociación de Mayoristas de

Mercasevilla; Andrés Suárez, del comité de dirección de Asomafrut; y Andrés Góngora, responsable estatal de frutas y hortalizas de la organización agraria COAG.

BE  
RE  
NJ  
EN  
AS



CA  
LA  
BA  
CI  
N

# Campoejido sigue su senda de crecimiento con el objetivo de sumar puntos de venta y otro semillero

□ Almudena Fernández

La cooperativa Campoejido recibió el 17 de octubre la visita del consejero de Agricultura, Rodrigo Sánchez Haro, en una jornada en la que las empresas de la industria auxiliar agrícola fueron las protagonistas de la jornada.

En este segmento, Campoejido tiene mucho que decir ya que, en sus casi 40 años de historia, se ha convertido en una de las grandes empresas del área de los suministros agrícolas. Fundada en 1979 por la unión de unos 60 agricultores para cubrir sus necesidades, ha evolucionado hasta alcanzar los 2.800 socios y una facturación de 70 millones de euros. En la actualidad cuenta con seis almacenes, siete estaciones de servicio, un semillero y un taller de mecánica, con un total de siete sedes en distintas poblaciones de Almería y servicios que



El consejero, a su entrada a las instalaciones de Campoejido. I.A. FERNÁNDEZ

van desde semilleros y suministros agrícolas al riego y la electricidad.

Aun así, la empresa continúa con sus intenciones de seguir creciendo y el presidente de Campoejido, Cristóbal Martín, confirmó que pretenden construir un semillero en Dalías, de unas cin-

co hectáreas “equipado con las últimas tecnologías, ecológico y biodinámico, si puede ser, porque ese es el futuro del campo”. A ello se sumará un nuevo punto de venta en la localidad almeriense de Berja y otro en la zona entre Roquetas y Vícar, además de otro en la costa de Granada.



Foto de familia de socios Campoejido, directiva y representantes de la Junta.

La visita del consejero sirvió para, además de conocer en más profundidad una de las veteranas empresas del campo almeriense, realizar un encuentro con agricultores. En la jornada, Sánchez Haro recordó a los asistentes las recientes convocatorias para jóvenes agricultores o el Plan Renove

de Invernaderos, dotadas cada una de ellas con 30 millones de euros y que se pueden solicitar hasta el día 14 y 28 de diciembre, respectivamente. El consejero también destacó el papel de la bioeconomía “una gran oportunidad de futuro para el agro andaluz y especialmente para Almería”.

## El Documento de Acompañamiento al Transporte reforzará la lucha contra los robos en el campo

□ E. S. G.

La Junta de Andalucía ha reforzado la lucha contra los robos en el campo con el Documento de Acompañamiento al Transporte (DAT) con el fin, además, de dar respuesta a las reclamaciones del sector agrario para avanzar en la simplificación administrativa, mejorar la seguridad alimentaria y garantizar la trazabilidad en la primera fase de la comercialización.

Según se ha dado a conocer, el DAT ya se exige en algunos sectores, si bien, a partir de ahora, se extenderá a todos los productos agrarios y forestales de carácter alimentario para organizar y controlar el transporte, mejorar la seguridad y la trazabilidad y acreditar el origen y destino dificultando la sustracción y posterior venta ilegal. La implantación del DAT se realizará de forma progresiva, con



un periodo de adaptación de un año en el que tendrá carácter voluntario e incluirá el desarrollo de una herramienta telemática fácilmente utilizable a través del móvil. Tanto la estructura como

la información contenida evitarán la duplicación de trámites y posibilitarán su uso como ‘carta de porte’, documento obligatorio que exige la normativa de transportes públicos por carretera.

## Almería será la sede de los Premios Andalucía de Agricultura y Pesca

□ fhalmería

El próximo mes de noviembre, Almería será la sede de la entrega de los Premios Andalucía de Agricultura y Pesca, que concede la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. El fallo del jurado se conocerá el 19 de octubre y está compuesto por representantes de la Administración, así como de las organizaciones profesionales agrarias y de Cooperativas Agroalimentarias, comunidades de regantes, entidades representativas del sector pesquero y acuícola y asociaciones de desarrollo rural de Andalucía.

### Tres modalidades

Para esta edición se han establecido tres modalidades: agricultura, pesca y una tercera dividida en seis categorías que es conjunta para los sectores de la agricultura y la pesca. Con estos galardones se destacan las



aportaciones a la mejora de la competitividad y aquellas que favorezcan el desarrollo sostenible y contribuyan al desarrollo económico y social de la comunidad autónoma.

Respecto a la modalidad conjunta para ambos sectores, se establecen seis categorías que premian la calidad diferenciada, la innovación, la sostenibilidad, la comunicación, las iniciativas de mujeres y, finalmente, el Premio del Mundo Rural Vivo.

# Sweet Palermo<sup>®</sup> presenta nuevo packaging responsable con el medio ambiente: compostable

El exclusivo grupo de empresas productoras presentarán en la próxima edición de Fruit Attraction el nuevo formato de bolsa compostable. Del 23 al 25 de octubre 2018 en Ifema – Madrid

□ fhalmería

**S**weet Palermo<sup>®</sup>, en línea con las tendencias de un mercado cada vez más exigente, donde el consumidor busca productos, que además de aportar sabor y conveniencia sean también sostenibles con el medio ambiente, da respuesta a esta creciente demanda presentando el formato de bolsa de 2 unidades compostable, macro perforada y con la mayor transparencia.

La creciente demanda por productos responsables con el medio ambiente persigue, entre otros objetivos, reducir el uso de envases plásticos derivados del petróleo y luchar así contra la contaminación de los océanos, este movimiento está impulsando el desarrollo de nuevos materiales que cumplan con criterios de sostenibilidad y además sean igual de versátiles a los ya existentes.

## ¿Por qué utilizar un material compostable?

El material compostable es bio-

degradable, se descompone en contacto con el medio ambiente, pero además se composta, es decir se degrada en contacto con el resto de residuos orgánicos convirtiéndose en compost o abono. Este material puede biodegradarse por acción microbiológica en un corto período de tiempo y sin dejar residuos visibles ni tóxicos. La clave está en que los tiempos se acortan para que pueda considerarse compostable. Lo realmente importante para el medio ambiente es el tiempo en el que el material se degrada, no supera las 12 semanas.

El material lo certificará la empresa Vinçotte, con el sello belga 'OK compost'.

El envase compostable es la opción más cercana al granell en el lineal. La característica de compostable es una de las más importantes en términos de sostenibilidad. Sweet Palermo<sup>®</sup> ofrece diferentes soluciones de diferenciación que se están llevando a cabo con materiales compostables.

Sweet Palermo<sup>®</sup> lanza un nuevo reto al retail: ser más sostenible, ofreciendo soluciones que reduzcan el uso de plásticos en los lineales de las verduras y en los hogares.



# DESTACA A TU EMPRESA

en la nueva edición del  
**ANUARIO AGRÍCOLA**

fhalmería  
ESPECIALIZADOS EN EL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA

Info: + 34 679 464 490 - E-mail: publi@fhalmeria.com



## Noticias de Murcia

# El Gobierno regional exige a Pedro Sánchez que la solución del déficit hídrico sea una prioridad

El consejero de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia, Miguel Ángel del Amor, reclamó al Ejecutivo central que “no se modifique ni una sola coma de las reglas de explotación del Tajo-Segura”

□ Rafa Villegas

El Gobierno de la Región de Murcia mostró su preocupación recientemente ante el “interés del Gobierno de Pedro Sánchez de suavizar el trasvase Tajo-Segura”, lo que a juicio del presidente de la Comunidad, Fernando López Miras, significa básicamente “cerrarlo”.

Para el presidente regional es “cuanto menos lamentable que el Gobierno de España no tenga la capacidad de saber ver el problema del agua como un problema de Estado e intentar buscar una solución de Estado; sentarnos a todos en torno a una mesa para elaborar un Pacto Nacional del Agua que garantice este recurso a todos los españoles”.

Igual de contundente se mostró el consejero de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia, Miguel Ángel del Amor, quien reclamó que “no se modifique ni una sola coma de las reglas de explotación del Tajo-Segura. A su juicio, “el Gobierno central no puede ejecutar cambios sobre el trasvase enmascarados en una futura ley de cambio climático con la que se pretende elevar el umbral mínimo para trasvasar agua de los embalses de cabecera del Tajo al Segura”.

Del mismo modo, el consejero de Agua quiso dejar claro que el nuevo año hidrológico “no se con-



cibe en la Región de Murcia sin el ‘statu quo’ actual del trasvase”. Según informó del Amor, este año hidrológico arranca en una situación de prealerta, con los embalses de la cuenca del Segura al 22 por ciento. Para el consejero, la prórroga del decreto de sequía “era prioritaria para permitir la gestión del agua de los pozos y dar agilidad en la cesión de derechos y asignación de recursos”.

Cabe recordar que la Región de Murcia, al contrario de lo ocurrido en el Congreso de los Diputados, ha sido pionera en lograr un acuerdo de la mayoría de las

“  
La Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia exige infraestructuras hídricas como la conexión de la tubería de la desaladora de Torrevieja hasta Sucina o la tan necesaria ampliación de la desaladora de Torrevieja



fuerzas políticas. Este se ha plasmado en el denominado Pacto Regional del Agua. Con este ejemplo, el consejero de Agua reclamó al Gobierno de Pedro Sánchez que “cumpla con las infraestructuras necesarias, ya redactadas por el Gobierno anterior, para garantizar el suministro”.

## Infraestructuras pendientes

Entre las infraestructuras pendientes, el consejero hizo especial hincapié en la conexión de la tubería de la desaladora de Torrevieja hasta Sucina, en las balsas de regulación para adaptar la producción de

agua desalada a la demanda de consumo o en la ampliación de la desaladora de Torrevieja que, como recordó, “ya se anunció que en verano llegaría a producir 80 hectómetros cúbicos y todavía está en 40”.

Del Amor también se refirió al recrecimiento de la presa de Camarillas, para ampliar la capacidad de regulación que permita almacenar más agua en los pantanos de cabecera, o a la construcción de las presas de Lébor, en Totana, y Las Moreras, en Mazarrón, “necesarias para evitar inundaciones y almacenar caudal para el sector”.

Sólo obedeciéndola se dobllega a la naturaleza.

Somos especialistas en injerto de tomate, melón, pepino, pimiento y berenjena. Consultenos y le asesoraremos.

 Semilleros  
**LAIMUND, s.l.**

Ctra. Berja, km, 1 y Paraje Cuatro Vientos, 289  
Tífs.: 950 486 611 - 606 984 608 • El Ejido (Almería)  
Autovía del Mediterráneo, Salida 471  
(Cruce Barranquete con San Isidro)  
Tel.: 950 384 641 • Níjar (Almería)



PLANTAS HORTÍCOLAS • INJERTOS • PLANTAS ECOLÓGICAS  
PLANTAS ORNAMENTALES

# La Región produce el 22 por ciento del pimiento de bola para pimentón de España

□ Rafa Villegas

El pimiento de bola, que se utiliza para la elaboración del pimentón, se cultiva ya, según los datos de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia, en un total de 400 hectáreas de la Comunidad Autónoma. Esta cifra es más que importante, sobre todo si se tiene en cuenta que representa el 22 por ciento de la producción nacional de este tipo de pimiento.

Este año en concreto se ha registrado una producción de 6.100 toneladas de este cultivo, la mayoría en una zona muy específica de la Región, como es el Valle del Guadalentín, donde se produce el 85,3 por ciento del pimiento de bola murciano. Cada vez con más peso se produce también en el Campo de Cartagena, donde se cultiva el 13,9 por ciento del mismo, mientras que el resto, muy minoritario, se recolecta en la comarca del Río Segura.



El Consejero de Agricultura en un campo de pimiento de bola en Totana.

El consejero de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia, Miguel Ángel del Amor, visitó recientemente una finca de pimiento de bola en la localidad de Totana, donde pudo conocer el proceso artesanal del desrabado, que consiste en eliminar manualmente el tallo y las semillas de cada pimiento.

Como informaron desde la Consejería en una nota de prensa, con esta visita se pretende

poner en valor este producto y promocionar la cáscara desrabada ya que, como explicó el consejero, "se trata de un producto artesanal de calidad excepcional por su pureza y por su color mucho más intenso, lo que le proporciona un valor añadido muy significativo".

El pimentón supone un gran aporte a la industria alimentaria murciana y consiguió en 2001 la denominación de origen.



El anuncio lo hizo el consejero de Agricultura en una jornada técnica.

I+D

## La Consejería destinará 2 millones de euros a proyectos de innovación

□ R. V. A.

La Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia lanzó el pasado 1 de octubre la segunda convocatoria para proyectos de innovación, que en esta ocasión se dota con 2 millones de euros.

El plazo para la presentación de solicitudes concluirá, según indicaron desde la Consejería en una nota de prensa, el 30 de noviembre y los proyectos seleccionados recibirán ayudas como máximo de 100.000 euros.

El consejero del ramo, Miguel Ángel del Amor, destacó que el objetivo pasa por "fomentar proyectos que aborden los retos del sector, la cooperación y el desarrollo de la base de conocimientos en las zonas rurales, el fortalecimiento de los vínculos entre diferentes actores de la cadena productiva agroalimentaria y forestal y la mejora de los resultados económicos de las explotaciones".

En la convocatoria precedente, la de 2017, la Consejería concedió subvención a 16 de los 59 proyectos que lo solicitaron.

## El Cifea de Molina participa en un proyecto europeo sobre producción de alimentos de forma sostenible

□ R. V. A.

El Centro Integrado de Formación y Experiencias Agrarias (Cifea) del municipio murciano de Molina del Segura, entidad dependiente de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, es una de las participantes en el proyecto europeo Erasmus que lleva por título 'Hacia una comunidad sostenible en la producción de alimentos'.

Se trata de un proyecto que se va a llevar a cabo en los próximos dos años por parte de instituciones, asociaciones y centros educativos de cuatro países, en



concreto de España, Dinamarca, Eslovenia e Italia. Además, está prevista la colaboración de entidades locales, asociaciones de chef, centros de investigación y ONG's para concienciar a los alumnos de formación profesio-

nal sobre la importancia de la producción sostenible de alimentos.

El proyecto tiene como objeto conocer y promover los vínculos entre la producción de alimentos en la UE y las estrategias europeas para el desarrollo sostenible, iniciativas innovadoras con los formadores y alumnos para producir y transformar alimentos con principios de desarrollo sostenible, con eficiencia en el consumo de recursos hídricos y ciclos de nutrientes orgánicos, con criterios de preservación de la biodiversidad, ahorro energético y reciclado de residuos, así como promoviendo la producción local de alimentos.

## La mejora vegetal, el mayor aliado del consumidor por garantizar calidad y seguridad

□ R. V. A.

El Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA) organizó a finales de septiembre una jornada con la que, bajo el nombre de 'IX Congreso de mejora genética de plantas', puso de relieve la importancia de los avances en mejora vegetal. No es para menos, sobre todo si se tiene en cuenta que, como explicaron en el acto, "permiten cumplir con las exigencias de los consumidores en calidad y seguridad alimentaria".

El director del IMIDA, Vicente J. Pascual, destacó la apuesta del organismo que dirige

por proyectos de investigación y convenios con el sector productor regional en cultivos clave para la Región de Murcia, "tanto por su impacto en la economía y su sostenibilidad como, particularmente, por sus implicaciones sociales".

En el congreso se analizaron nuevas variedades que permiten una mejor adaptación a un medio cada vez más cálido y con un menor régimen de pluviometría, además de ser más tolerantes y resistentes a las enfermedades y plagas, con la consiguiente reducción del empleo de productos fitosanitarios, así como con la consecución de un aumento de la productividad y la calidad de los cultivos agrícolas.

**FRUTAS Y VERDURAS**  
DE *andalucía* EN **10 years** **fruit attraction**



más salud  
más color  
más sabor



# AGRI DIS®

## AGRI DIS® BIOCIDA

Solución estable de ClO<sub>2</sub> puro al 0,75%

PRODUCTO PARA USO PROFESIONAL EN DESINFECCIÓN DEL AGUA POTABLE  
NO REQUIERE REGISTRO DE BIOCIDA CONFORME  
A LA DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA DEL RD 1054/2002



## AGRI DIS®

**EFICAZ EN CONTROL DE RIESGO DE**

**HONGOS | BACTERIAS | LARVAS | VIRUS | ESPORAS**  
EN EL AGUA

- ▶ Sin crear ningún tipo de resistencias.
- ▶ Control y eliminación de biofilm y bio-fouling.
- ▶ Higienización y desinfección del agua para el lavado de frutas y hortalizas.

**SIN RESIDUOS | SIN PLAZO DE SEGURIDAD**

## AGRI DIS®

**EL BIOCIDA MÁS COMPLETO Y DE BAJO RIESGO**

**Y AHORA...**  
Con la  
certificación CAAE  
como insumo para  
uso en ECOLÓGICO  
según norma NOP



Distribuido por:

# UrciRiegos®

Pol. Ind. La Redonda • C/ Munich, 1 • Sta. María del Águila - El Ejido (Almería)

Móvil: 627 937 989 - Oficina: 950 580 958

E-mail: [urciriegos@urciriegos.com](mailto:urciriegos@urciriegos.com) • [www.urciriegos.com](http://www.urciriegos.com)

Fabricación y comercialización mundial **CLODOS® Technology**  
Oficinas: Av. Federico García Lorca, 19 Of. 8 - 35011 Las Palmas (España)  
Fábrica: Pol. Ind. CONPISA - c/ La Loma, 5 - 28864 Ajalvir (Madrid)

