

EL EVENTO ACOGERÁ A 1.800 FIRMAS EXPOSITORAS Y 90.000 VISITANTES PROCEDENTES DE 135 PAÍSES

El sector almeriense exhibe calidad, diversidad e innovación en Fruit Attraction

En la undécima edición de la feria, la provincia volverá a ver incrementada su presencia en Madrid con más de setenta empresas hortofrutícolas que mostrarán sus mejores productos y servicios



Millones de Kilos de Salud

4 EN ANDALUCÍA

El impacto económico de los aranceles de EEUU ronda los 315 millones

5 Actualidad



Juan Antonio González, nombrado nuevo presidente de COEXPHAL y APROA

8 BREXIT

Nuevo escenario ante la salida "ordenada" del Reino Unido

13 Seguimiento de cultivos



43

MURCIA

La Región será una de las grandes protagonistas de Fruit Attraction gracias a su importancia productora

Decenas de empresas murcianas acuden, una edición más, a la feria para seguir ampliando su imagen de marca

POLITIVO
EUROPA

PLÁSTICOS Y MALLAS AGRÍCOLAS

Plásticos Inteligentes y Mallas Especializadas. Protección y optimización de su cultivo con la más alta tecnología.



**Calidad Sensorial
es conseguir un color
uniforme en los frutos
para impulsar
la rentabilidad
de tu cosecha.**

Accede a la nueva era de la nutrición en
www.sentimoslanutricion.com

¡Y síguenos en nuestras redes para no perderte nada!

 **Tradecorp España**

 **@tradecorpespana**

 **tradecorpesp**



Sentimos la nutrición.

 **tradecorp**

01 Actualidad

La agricultura almeriense se lleva el 62% del presupuesto andaluz para la provincia

El gran motor económico de Almería da el principal bocado a un proyecto de Presupuestos para 2020 que contempla una subida generalizada del 18% en inversión y que, en el caso del sector agropesquero, se cifra en 88,43 millones

□ **Almudena Fernández**

El proyecto de Presupuestos de la Junta de Andalucía para 2020 prevé una inversión para la provincia de Almería de 142,7 millones de euros (un 18% más que hace un año) de los cuales un 62% se corresponden a actuaciones de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. En concreto, el departamento que lidera la almeriense Carmen Crespo contempla una partida de 88,43 millones de euros donde el agua será el eje estratégico.

Crespo fue la encargada de desgranar el contenido de estas Cuentas para el próximo ejercicio donde se incluyen hasta 69 millones de euros en materia hídrica, un 20,7% del montante total para este ámbito en Andalucía por “ser una provincia con dificultades hídricas importantes”.

De hecho, entre las principales inversiones planificadas en Almería por la Consejería de Agricultura se encuentran proyectos de saneamiento para que en 2020 estén ya en marcha todas las obras de depuración de la provincia declaradas de interés para la Comunidad Autónoma (un total de 38 actuaciones). Entre ellas, se en-

cuentran la agrupación de vertidos y la Estación Depuradora de Aguas Residuales (EDAR) de Mojácar (23,4 millones), la agrupación de vertidos de Níjar (10 millones), la EDAR de Alhama y el colector del Medio Andarax (8,3 millones).

Otras inversiones de calado previstas en el proyecto de presupuestos para la provincia almeriense contemplan la restauración hidromorfológica de cauces (12 millones), la modernización de explotaciones agrarias (10,9 millones), actuaciones directas en infraestructuras rurales (3,5 millones), medidas relativas a regadíos (2,9 millones), acondicionamiento de caminos rurales (2,1 millones), la fase 2 de la restauración del río Adra (2 millones) y actuaciones de prevención de calidad del agua (900.000 euros).

Además, se contempla un millón de euros para el mantenimiento de cauces, a lo que se suman los 12 millones asignados ya a este objetivo en el Plan de Restauración Agraria y Ambiental (Plan Restaura); tres millones de euros para pozos de emergencias y una inversión relativa a un convenio con la ciudad de Almería para el ciclo urbano integral del agua.

En cuanto a la pesca, se destinan a Almería diez millones de



Vista de cultivos de invernadero de la provincia almeriense. /FHALMERÍA

“La lucha contra el cambio climático es hoy una política transversal que marca el eje de gobierno de toda la Junta de Andalucía”

euros (20% del total andaluz) para proyectos de acuicultura (2,1 millones de euros), Grupos de Acción Local del Sector Pesquero (1,7 millones) y mejora de puertos y calidad de las capturas, modernización de buques y ayudas para organizaciones pesqueras (cinco millones), entre otras actuaciones.

A nivel regional, Crespo explicó que la Consejería de Agricultura

consolida el presupuesto del 2019, alcanzando en dos ejercicios una subida del 19%. En concreto, la dotación consolidada asciende a 1.799 millones de euros, una cantidad que supone un aumento del 2,9% con respecto a 2019; y, por otro lado, las políticas de gasto en el ámbito agrícola, ganadero, pesquero y del desarrollo sostenible se elevan hasta los 2.777 millones de euros. En definitiva, Crespo explicó que las cuentas de este departamento crecen un 8% en cuanto a los recursos propios de la administración.

Política de agua

En toda la comunidad andaluza, más de una cuarta parte de la inversión de la Consejería irá a la política de agua. En concreto son 332 millones de euros destinados principalmente a estructuras hidráulicas, de modernización de regadíos y restauración de cauces.

En líneas generales, Crespo valoró el “importante tinte verde” de estos presupuestos. “La lucha contra el cambio climático es hoy una política transversal que marca el eje de gobierno de toda la Junta de Andalucía y por ello vamos a poner en circulación más de 200 millones de euros de inversión en la Consejería de Agricultura”, indicó Crespo.

Agrobío
· soluciones biológicas ·



CONTROL BIOLÓGICO Y BIOPOLINIZACIÓN

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

agrobio.es



Actualidad

EN ANDALUCÍA

El impacto económico de los aranceles de EEUU ronda los 315 millones



Carmen Crespo, consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible /FHALMERÍA

□ Jessica Valverde

La consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Carmen Crespo, presentó un informe al Consejo de Gobierno en el que se cifra en unos 315 millones de euros el impacto económico de los aranceles que pretende implantar Estados Unidos sobre las exportaciones agroalimentarias andaluzas, según la referencia de los datos tomados de 2018.

El Gobierno andaluz confía en que finalmente las negociaciones sean fructíferas y Estados Unidos retire su amenaza sobre los productos agroalimentarios. Para ello reclama al Gobierno de España que

afrente con urgencia y de forma rigurosa esta situación, así como que actúe ante la Unión Europea para conseguir frenar esta situación en la negociación con EEUU.

En total, el mercado estadounidense representa cerca del 6,5% de las exportaciones totales de productos agroalimentarios andaluzes. El valor de estas exportaciones rozó los 680 millones de euros en 2018, lo que sitúa a este país como el primer destino no comunitario y el sexto a nivel mundial en ventas al exterior de la comunidad.

En caso de que la amenaza estadounidense se haga realidad, Andalucía será la comunidad autónoma más perjudicada, ya que esto supondría en torno al 40% de

las exportaciones agroalimentarias españolas a Estados Unidos.

Realizar un cálculo sobre el impacto real de la aplicación de este nuevo gravamen resulta complejo. El informe de la Consejería de Agricultura destaca que no es viable la aplicación lineal del 25% a todos los productos, ya que cada uno soporta en la actualidad códigos arancelarios diferentes.

Teniendo en cuenta todos estos factores, el informe estima que el valor total de esta política arancelaria rondaría los 120 millones de euros al año de aumento del precio de estos productos en el punto de venta, suponiendo una pérdida para el sector agroalimentario andaluz de 315 millones de euros.

La UAL celebró la Semana Universitaria de la Mejora Vegetal

□ Rafa Villegas

La Universidad de Almería (UAL) y otras nueve universidades españolas celebraron entre los días 10 y 17 de octubre, de la mano de la Asociación Nacional de Obtentores Vegetales (ANOVE) la Semana Universitaria de la Mejora Vegetal, en coincidencia con los eventos relativos al Día Mundial de la Alimentación. Las distintas universidades partici-

pantes programaron una serie de seminarios, conferencias y coloquios para reflexionar con profesores y estudiantes acerca del 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.

El objetivo de ANOVE fue que la comunidad universitaria conociera el “insustituible papel” que tiene la obtención ve-

getal, base de la investigación, la producción, la competitividad de las explotaciones y el desarrollo agrícola.

En el caso específico de la Universidad de Almería, las sesiones tuvieron lugar, de la mano de técnicos especialistas, el 15 de octubre, a partir de las diez y media de la mañana. En cuanto al resto de universidades participantes, ANOVE estuvo presente en la Universidad Politécnica de Valencia (UPV), la Universidad



Celebración del Día de la Mujer Rural en Roquetas de Mar. /FHALMERÍA

Roquetas, centro de la celebración del Día de la Mujer Rural

□ J. V. S.

Roquetas de Mar volvió a liderar el debate sobre el papel de la mujer en el sector agrario. En la conmemoración del Día Mundial de la Mujer Rural, celebrado el pasado 15 de octubre, participaron una treintena de mujeres y hombres en una jornada que tuvo lugar como escenario el Castillo de Santa Ana y que sirvió para analizar la realidad actual que viven seis millones de mujeres en España, trabajadoras o residentes en el entorno rural.

El alcalde de Roquetas de Mar, Gabriel Amat, apuntó que “es una satisfacción ver este Castillo repleto de talento y de mujeres que levantan nuestra provincia cada día. Vivimos en una tierra comprometida con la agricultura y eso se nota cuando desde todas las Instituciones, como la Junta y la Diputación, se han puesto encima de la mesa ayudas para paliar los daños

que hemos vivido semanas atrás”. La presidenta de AMFAR, Adoración Blanque, fue la encargada de dar la bienvenida a las participantes “sois el alma de la Asociación y nuestra razón de ser”, declaró la presidenta.

Tras la inauguración, se ha llevado a cabo una mesa redonda sobre los principales obstáculos que se encuentran las mujeres en el acceso a puestos de responsabilidad, en la que participaron la delegada territorial de Agricultura, Aranzazu Martín, Mari Carmen Cano, de la SAT Eurosol, entre otros participantes. La jornada fue clausurada por la concejala de Presidencia, Agricultura y Pesca del Ayuntamiento de Roquetas de Mar, Rocío Sánchez, quien ha recalorado “la importante labor que realizan asociaciones como AMFAR para que entre todos avancemos en la eliminación de estos obstáculos que se han tratado durante la jornada tarde”.



Politécnica de Cartagena (UPCT), la Universidad de Zaragoza (UNIZAR), la Universidad Politécnica de Madrid (UPM), además de la Universidad de Sevilla (US), la Universidad de Córdoba (UCO), la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM) -en sus instalaciones de Albacete-, la Univer-

sidad de Extremadura (UNEX) y la Universidad Miguel Hernández (UMH) de Elche.

Los técnicos hablaron de los retos y tendencias de futuro de un sector que es fundamental para el sector agroalimentario, ya que se trata del primer eslabón de la cadena alimentaria de la agricultura.

Actualidad

DESDE FINALES DE SEPTIEMBRE

Frutilados, a pleno rendimiento y con una gran producción diaria



Visita realizada a la planta de Frutilados. /FHALMERÍA

□ **Jessica Valverde**

El pasado mes de septiembre se puso en marcha el proyecto de Frutilados, cuya planta ya se encuentra trabajando a pleno rendimiento con una producción diaria de cerca de 7.000 kilos de alimento para ganado a partir de la transformación de desechos.

El concejal de Agricultura y Medio Ambiente, Francisco Pérez, visitó las instalaciones de la planta y explicó que el objetivo municipal es “llegar a producir a lo largo de 2020 alrededor de 20 toneladas de producto al día, lo que hará posible extender la distribución a un mayor número de

ganaderos y empresas destinadas a la ganadería”.

Las instalaciones de la planta se encuentran en el Paraje de la Molineta de Las Norias de Daza, esta incorpora avanzados sistemas de tratamientos de los restos vegetales y conversión de la materia prima en un producto totalmente aprovechable.

El proyecto contempla la transformación de 38.000 toneladas a 50.000 toneladas de excedentes de la comercialización y producto de retirada en sustento para 13.000 cabezas de ganado al año. Una cifra que podría incrementarse progresivamente, ya que se ha diseñado para que pueda ir creciendo en función de

la demanda. Esta infraestructura cuenta con zona de oficinas, zona de acopio de paja, de ensilado y con salida a granel para los ganaderos locales.

Este proyecto está formado por 25 empresas, SAT Agroiris, Murgiverde, Agroponiente, SAT Indasol, SAT Hortofrutícola Mabe, Hortofrutícola Costa de Almería, SAT Acrena, Cabasc, Lara Castañeda Comercial, Uniaagro, San Isidro Labrador, Cohorsan, Agrupaejido, Frutas y Hortalizas Dofran, Agroejido, Vicasol, Camposol, Alpaca Hortofrutícola, Hortofrutícola La Ñeca, José y Paco, Frutas Mari Nieves, Escobar Castañeda, Cosegur, Garri Agrícola y grupo Tervalis.



Una de las obras que compone la colección.



Se espera que el trabajo tenga una gran repercusión.



Primera colección de pintura dedicada al sector agrícola

□ **J. V. S.**

Javier y Tino Tortosa presentaron hace unos meses la primera colección de pintura dedicada al sector agrícola. ‘Mis manos. Mi vida.’ es el nombre que han otorgado esta colección de pintura hiperrealista enfática relacionada exclusivamente con el mundo de la agricultura.

Han sido dos años de intenso trabajo los que han necesitado los artistas para concluir la obra. Durante este periodo han trabajado junto a Miguel Higuera, uno de los mejores artistas internacionales de nuestro tiempo.

Con esta obra los artistas declaran “haber conseguido transmitir a

la perfección el esfuerzo, el sacrificio y la manera de hacer las cosas de las personas que dedican toda una vida a este fascinante mundo”. A lo que añaden que “ha sido un verdadero acierto asociar el mundo del arte, llevado a su máximo potencial, como es a día de hoy el estilo hiperrealista, con el imprescindible y minucioso trabajo que se realiza en el sector de la agricultura. Ver este modo de hacer las cosas, hasta el punto de lograr la excelencia, se convierte en fuente de inspiración y admiración”. Se espera que esta obra tenga bastante repercusión, ya que es “la primera y única del mundo dedicada exclusivamente a este sector”, declaran los artistas.



Seeds no reprodujeron con la calidad suficiente su color original, saliendo éstos más anaranjados.

Fe de erratas.- Por un error de impresión, en una parte de la anterior edición, número 135 (en papel), en las páginas 80 y 81, las fotografías de los pimientos California amarillos de Meridiam



EDITA: Visofé Iniciativas, S.L.
 Paseo de Santa María del Águila,
 58 - 2º E
 04710 SANTA MARÍA DEL ÁGUILA
 - EL EJIDO
 E-mail: info@fhalmeria.com;
 Director: **José A. Gutiérrez Escobar**
fhalmeria@fhalmeria.com
 REDACCIÓN:
 • **Elena Sánchez García**
 (redactor2@fhalmeria.com)
 • **Rafael Villegas Alarcón**
 (redactor3@fhalmeria.com)
 • **Almudena Fernández Villegas**
 (redactor1@fhalmeria.com)
 • **Jessica Valverde Soriano**
 (redactor4@fhalmeria.com)
 • **Carlos Gutiérrez Gutiérrez**
 (info@fhalmeria.com)
 Tlfs.: 950 571 346 - 628 080 260 -
 Fax: 950 572 146
 Maquetación: Uhaha
 DEPARTAMENTO COMERCIAL Y
 PUBLICIDAD:

• **Caterina Pak**
 Auxiliar Administración: **Inna Pak**
 Tlfs.: 950 571 346 - 679 464 490
 E-mail: publi@fhalmeria.es
comercial@fhalmeria.com
 WEB: www.fhalmeria.com -
www.fhalmeria.es

Sakata consigue hacer el récord Guinness del corazón de hortalizas más grande del mundo

La composición del corazón de hortalizas, que superó los 600 metros cuadrados, se consiguió a lo largo de la mañana del miércoles, 16 de octubre, con el apoyo de los alumnos del CEIP Santa Isabel

□ Carlos Gutiérrez

Con motivo del día mundial de la alimentación, el pasado miércoles, 16 de octubre, Sakata batió el récord guinness del corazón de hortalizas más grande del mundo, construido en el recinto ferial de Almería.

La marca que tuvieron que superar fue la registrada por India, con un corazón de 480 metros cuadrados.

20.000 kilos de pimiento rojo, amarillo y verde, berenjenas, calabacines, calabazas y tomates conformaron los más de 600 metros cuadrados de corazón. Cabe destacar que esas dos toneladas de hortalizas serán destinadas a comedores sociales, con lo cual, pasaron sus debidos controles de sanidad y calidad.

La iniciativa fue organizada por Sakata, Ayuntamiento de Almería, La Pandi y Almería Ciudad Gastronómica 2019. Además, asistieron representantes de la gran lista de empresas colaboradoras que hicieron posible que se consiguiera el corazón de hortalizas más grande del mundo. Las empresas colaboradoras fueron FEDEMCO, CASI, Agroponiente, Agroiris, Mabe, Única Murgiverde, Peregrín, el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Almería, la residencia de ancianos Ballezol y 5 al Día.

El récord guinness lo supervisó Anna Orford, una juez de la

Guinness World Record que hizo hincapié en que no hubiera huecos vacíos en el corazón, así como que los encargados de colocar las hortalizas tuvieran guantes y un vestuario especial. Por su parte, la ingeniera geomática y topografía, María Isabel López Alcaide fue la encargada de, con la logística apropiada, calcular las medidas del corazón y establecer la marca.

Asimismo, los alumnos de segundo a sexto de primaria del CEIP Santa Isabel ayudaron a la construcción del corazón y participaron en diferentes actividades donde aprendieron hábitos de comida saludable. Este proyecto educativo de alimentación saludable en el que participaron los alumnos del CEIP fue organizado por la serie de dibujos animados La PANDI.



El corazón de hortalizas más grande del mundo. / FHALMERIA



Momentos previos a completar el corazón. / C.G.G



Javier Díaz, representante de uno de los patrocinadores, Agroiris. / C.G.G

COAG Andalucía denuncia la grave crisis de precios hortícolas

□ C.G.G.

COAG denuncia la actitud adoptada por los supermercados, quienes “están llevando sus productos regalados, haciendo su agosto con la campaña de hortalizas”.

El sector hortícola andaluz está atravesando por una grave situación en el inicio de campaña de los cultivos protegidos. Especialmente se están viendo perjudicados los precios del tomate, el pi-

miento, la berenjena, el calabacín y el pepino. Esta crisis de precio se está repitiendo desde hace ya varias campañas, pero en esta se está perdiendo dinero, y como bien indica el responsable de Frutas y Hortalizas de COAG y secretario general de COAG Almería, Andrés Góngora, “esto es insostenible, no lo podemos permitir, hemos llegado al límite” y añade “por lo que le pedimos a las comercializadoras que defiendan nuestros productos, ya que los su-

permercados se lo llevan todo, pero lo quieren regalado”.

Esta situación, según indica el informe de COAG, está siendo producida por la liberalización del mercado europeo, donde están arrasando las hortalizas de Marruecos, “que es competencia desleal”, aclara Góngora. Además, el responsable de COAG denuncia la venta a resultas, que consiste en enviar camiones cargados de producto sin precio, una práctica que es ilegal.



Actualidad

Juan Antonio González, nuevo presidente de COEXPHAL y APROA

El elegido es presidente de Vicasol desde el año 2007 y aboga por un trabajo conjunto "sin egos" de la comercialización

□ **Rafa Villegas**

COEXPHAL, la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas comenzó el pasado 4 de octubre una nueva etapa con el nombramiento de Juan Antonio González como su nuevo presidente. Sustituye, tras casi 11 años en el cargo, a Manuel Galdeano.

El nombramiento se hizo efectivo en el marco de la 42 Asamblea General de COEXPHAL, que se abrió a la sociedad almeriense, con la presencia de políticos, amigos del sector y medios de comunicación.

El nuevo presidente agradeció el trabajo de su antecesor y aseguró asumir el cargo con "gran ilusión". González adelantó que su deseo es "abrir aún más a la socie-

dad COEXPHAL y dar a conocer todo el trabajo que desarrolla". Es por ello que aseguró que "hoy es el principio de una nueva etapa en la que queremos ir progresando para adentrarnos en esta nueva filosofía de trabajo".

La nueva Junta Directiva de COEXPHAL la completan Francisco Martín Galdeano, de CABASC, como vicepresidente, un representante de SAT Acrena como tesorero, un representante de Cohorsan como secretario así como un vocal de cada una de las siguientes comercializadoras: Agroponiente Natural Produce, Casur, CASI, Biosabor SAT, Inver, Nature Choice, Hortamar, SAT Costa de Níjar, Ejidomar, Vicasol, Ferva, SAT Las Hortichuelas, Murgiverde y Agrupapulpí.

Durante la Asamblea se hizo balance de la campaña 2018/2019,



Juan Antonio González con su antecesor, Manuel Galdeano.

calificada como "irregular", sobre todo por las malas cotizaciones en melón y sandía. En concreto, los precios de ambos productos cayeron más de un 30 por ciento. No obstante, el cómputo general fue de un aumento de los ingresos del 3 por ciento, compensando la pérdida de valor del 3 por ciento con

el aumento de seis puntos porcentuales del volumen de producción.

Presidente de APROA

Por otra parte, la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Andalucía (APROA) eligió también el 4 de octubre a Juan Antonio González

como nuevo presidente de la misma. Al también presidente de Vicasol le acompañan en la Junta Directiva José Antonio Baños, de Ejidomar, como vicepresidente, Francisco Belmonte, de Biosabor, como secretario, así como un vocal de cada una de las siguientes empresas: Procam, Las Marismas de Lebrija, Granada La Palma, Trops y Frusana.

Juan Antonio González trabaja en Vicasol desde su fundación, hace ya 40 años. Empezó como mozo de almacén, hasta que se hizo socio con 19 años de edad. Ya en 2001 entró a formar parte del Consejo Rector de la empresa y en 2002 compatibilizó el cargo con el de secretario en el Consejo Rector de SUCA. Desde 2007 preside Vicasol, período en el que ha registrado su mayor crecimiento.

+de 152 millones de plántulas

al año distribuidas a nivel nacional e internacional

+de 300 empleados

dedicados a la obtención de la mejor plántula hortícola



Una empresa actual, ágil e innovadora.

1er
semillero
miembro
en España

Somos
GLOBALG.A.P.
Buenas prácticas agrícolas

SALIPLANT
SEMILLEROS

958 623 376 | www.saliplant.com

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

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

Actualidad

ACUERDO PARA EL BREXIT

Nuevo escenario ante la salida “ordenada” del Reino Unido

El mercado británico es el tercero en destino de las frutas y hortalizas almerienses con unos 319 millones de euros facturados el año pasado

□ Almudena Fernández

La Comisión Europea y el Gobierno de Boris Johnson alcanzaron el pasado jueves, 17 de octubre, un acuerdo para la salida “ordenada” del Reino Unido de la Unión Europea. La ruptura está prevista en principio para el 31 de octubre. En cualquier caso, al cierre de esta edición, el Brexit necesitaba aún del visto bueno de los líderes europeos y de la aprobación del Parlamento británico y europeo para que sea válido. La salida del Reino Unido de la Unión Europea supone mantener un escenario de incertidumbre para el principal motor económico de la provincia de Almería: la agricultura.

No en vano, el Reino Unido es el tercer mercado internacional de las frutas y verduras almerienses, tras Alemania y Francia, y el valor de las exportaciones almerienses al mercado británico alcanzó los 319 millones de euros el pasado año, con un crecimiento del 5,7% respecto al año anterior, según los datos oficiales.

Con todo este volumen de negocio sobre la mesa, el Grupo Socialista de la Diputación de Almería urgió a principios de octubre al presidente de la Diputación Provincial, Javier Aureliano García (PP), a constituir la Mesa del Brexit desde donde se puedan analizar las consecuencias que tendrá para Al-



mería la salida del Reino Unido de la Unión Europea”.

En este contexto, desde la Administración andaluza y, en concreto desde la Consejería de Agricultura, hace meses que desarrollan el ‘Plan de Acción de Agricultura frente al Brexit’ que incluye solicitar un fondo comunitario que no reste recursos a la PAC. En cuanto a las aduanas, desde la consejería se informó de que se pedirá la creación de procedimientos temporales para los productos agroalimentarios “que permitan que puedan pagarse los derechos de aduana en las instalaciones del operador con el fin de evitar la acumulación en las fronteras”.

Sobre los problemas que puede generar en Brexit en materia de exportación, Fernando Partida, director general de Partida Logistic, ofreció una interesante charla en Almería a finales de septiembre, que estaba organizada por la revista FyH.

De esta forma, Fernando Partida señaló la importancia de algunos pasos como contar con código EORI, contactar con el cliente del Reino Unido para saber si está preparado para importar o informarse de las posibilidades de convertirse en un local de almacenamiento para la exportación (LAME) y no tener que acudir a la aduana.

DALÍAS

Las IV jornadas de pimiento temprano, entre el 13 y el 15 de noviembre

Las IV Jornadas de Pimiento Temprano de la localidad de Dalías regresan este año los días 13, 14 y 15 de noviembre con las instalaciones del Casino como sede principal, aunque el programa se compone igualmente de visitas a campo.

La cita, organizada por el Ayuntamiento de Dalías, supondrá de nuevo un espacio de encuentro para los agricultores de cultivo del pimiento temprano de la zona de Dalías y demás zonas limítrofes. Además, desde la organización, pretenden que el contenido de esta cita llegue al agricultor y al técnico, tanto por el carácter divulgativo como por el interés de las ponencias programadas.

En este sentido, Juan Carlos Pérez Mesa, de la Universidad de Almería, ofrecerá su visión del pimiento temprano y su importancia en la zona. Entre las conferencias de estas IV jornadas también se hablará de la incorporación de resistencias a las variedades de pimiento. Una de las ponencias más esperadas será la que versará sobre la ‘Regulación de los productos fitosanitarios y su aplicación en el cultivo del pimiento’, que ofrecerá José Antonio Aliaga, secretario de la Delegación de Agricultura de la Junta de Andalucía.

Por otro lado, el control biológico de plagas en invernaderos también tendrá un papel protagonista gracias a la intervención de por Jan Van der Blom, experto de COEXPHAL. Finalmente, entre las ponencias no podía dejar de incluirse un apartado para el análisis del aprovechamiento de los recursos hídricos.

Greenyard celebra una jornada sobre las innovaciones en cultivos

Syngenta, Bayer y Koppert fueron los partners que aportaron su visión

□ A. F. V.

Greenyard Fresh Spain, empresa que presta servicios integrales de frutas y verduras, celebró el pasado 4 de octubre una jornada técnica con partners donde se hablaron sobre medidas sostenibles e innovaciones en cultivos bajo plástico, tanto en convencional como en biológico.

El encuentro, que se desarrolló en la localidad de El Ejido, arrancó con la presentación de María Fernanda Campa, head



of Quality Department de Greenyard, quien presentó a Luis Miranda, responsable del Departamento de Sostenibilidad de Syngenta, y que habló sobre el exitoso proyecto de Operación

Polinizador. Con posterioridad, Jordi Fullana, crop manager de cultivos hortícolas de Bayer, se detuvo a analizar el consumo de los productos convencionales, residuo cero y ecológico y las distintas propuestas de la marca para tratarlos.

Finalmente, Magdalena Galdeano y José Miguel Fernández, ambos de Koppert, avanzaron la que, a su juicio, será la tercera revolución verde con la implementación del control biológico también en suelo y no solo de forma aérea.



Los tomates de HM.CLAUSE premian con unas vacaciones al número 14375.

La casa de semillas celebró el 30 de septiembre el sorteo de su promoción de semillas de tomate que lleva por título ‘Tómame unas vacaciones’. Con la presencia del notario Eduardo Echeverría Soria, se procedió al sorteo con el que se ha designado como ganador el número 14375.

Actualidad

GLOBALG.A.P. colabora con la Plataforma para un Arroz Sostenible

Próximamente se dispondrá de arroz sostenible verificado en los supermercados

□ fhalmería

GLOBALG.A.P. ha anunciado su colaboración con la Plataforma para un Arroz Sostenible (SRP, por sus siglas en inglés), que se lanzó en ANUGA 2019 en Colonia (Alemania) el pasado 7 de octubre.

La SRP se estableció en 2011 y está coorganizada por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el Instituto Internacional de Investigación del Arroz. Estos dos organismos trabajan con más de 100 miembros institucionales del sector privado, la sociedad civil y las comunidades de investigación y desarrollo para fomentar la transformación del mercado en el comercio global del arroz.

La norma SRP para la producción de arroz sostenible y los indicadores de rendimiento de la SRP ofrecen en conjunto un marco ampliamente aceptado para poder provisionarse de forma sostenible, al mismo tiempo que mejoran la vida de los productores de arroz y minimizan la huella ambiental de la producción de este cereal.

A partir de 2020, GLOBALG.A.P. gestionará el Sistema de Aseguramiento de la SRP, que permite que se registren cultivos de arroz verificados por la SRP en la base de datos de GLOBALG.A.P., donde ya hay anotados más de 200.000 productores con certificación GLOBALG.A.P. La base de datos ofrece una interfaz empleada por muchos minoristas de todo el mundo para consultar el estado de la inocuidad alimentaria y la sosteni-



Cultivo de arroz. / FHALMERÍA

bilidad de los principales productores de los que adquieren sus productos. A estos cultivos de arroz verificados se les asignará automáticamente un número de identificación único basado en el sistema GSI, para poder sincronizarlos después con el sistema numérico empleado en todas las etapas anteriores de la cadena alimentaria.

Desde 2017, GLOBALG.A.P. ha ayudado a la SRP a establecer un programa viable de evaluación y aseguramiento basado en más de doce años de experiencia en la implantación del programa de integridad de GLOBALG.A.P. en todo el mundo. A través de esta colaboración, los productores de arroz tendrán acceso a la red de

GLOBALG.A.P. de más de 160 organismos de certificación independientes, además de nuevos organismos de verificación de segunda parte, que realizarán evaluaciones rentables a productores y grupos de productores de arroz de todo el mundo.

Más información en: www.globalgap.org



GLOBALG.A.P.

FRUIT ATTRACTION 2019

22-24 October 2019
Madrid, Spain

**Come by and visit our
GLOBALG.A.P. booth
no. 9C11B hall 9!**

www.globalgap.org/events



INTERNATIONAL TRADE SHOW FOR THE FRUIT AND VEGETABLE INDUSTRY



Actualidad



Comité de Dirección de Rovensa, de izquierda a derecha: Nuno Loureiro -CFO Rovensa-, Carlos Ledó -COO Bio Control-, Pedro Pereira -CHRO Rovensa-, Eric Van Innis -CEO Rovensa-, Jaime Gómez-Arnau -Chairman Rovensa-, Héctor Pérez -Bridgepoint partner-, José Alfredo García -COO Nutrition- y João Martins -COO Protection-.

Rovensa presenta la agricultura equilibrada en Fruit Attraction

La feria se convierte en el escenario perfecto para que Rovensa tenga su primera toma de contacto con clientes, proveedores y comerciales

□ fhalmería

Rovensa es una realidad que ha tomado esta edición de Fruit Attraction para su puesta de largo. Del 22 al 24 de octubre, Ascenza España, Tradecorp España e Idai Nature representan a Rovensa en Fruit Attraction 2019 con el stand 7D14 ubicado en hall 7. Se trata de un espacio de 128 metros cuadrados donde se podrá hablar y dar visibilidad a la nueva imagen y una oportunidad importantísima para mostrar las novedades de las empresas que integran este gran grupo empresarial.

El grupo surge con el objetivo de dar respuesta a las tendencias actuales del mercado: incremento de la población, estilos de vida saludables, consumidores más informados, distribuidores que necesitan defender la transparencia y agricultores que deben garantizar una producción segura y de alta calidad.

Con una imagen elegante y bajo el eslogan la 'Agricultura Equilibrada', los productos que comercializa llegan a más de 70 países y se desarrollan en ofici-



Momentos antes del lanzamiento de Rovensa en el estadio Wanda Metropolitano, en Madrid, este mes de septiembre.

nas ubicadas en 25 países. Además, cuenta con fábricas, centros de investigación y laboratorios en Brasil, Francia, España, Portugal e Irlanda.

Todas las empresas que forman Rovensa (Ascenza, Tradecorp, Idai Nature, OGT, SDP y Microquímica) comparten sinergias y ofrecen un catálogo de productos complementarios que tienen un objetivo: la agricultura Equilibrada. Este concepto combina los aspectos clave de cada una de las empresas para asegurar una agricultura que propor-

“Este gran grupo empresarial surge con el objetivo de dar respuesta a las tendencias actuales del mercado”

cione productos seguros, saludables, de calidad y respetuosos con el medio ambiente, pero que también sean rentables para los diferentes eslabones de la cade-

na alimentaria comercial.

Esa apuesta de Rovensa quedará patente en su visita a Fruit Attraction, punto de encuentro comercial de todo el mundo para la comunidad hortofrutícola profesional que en este año reunirá a 1.800 empresas expositoras directas y 90.000 profesionales de 130 países.

Presentación oficial

El lanzamiento del nuevo grupo tuvo también lugar en Madrid, durante la segunda semana de septiembre y donde más de 400

participantes procedentes de 20 países y de los cinco continentes asistieron al gran evento. Rovensa se presentó entonces al mercado con una imagen elegante y bajo el eslogan la 'Agricultura Equilibrada', que lleva esos días hasta Fruit Attraction.

El evento de presentación se celebró en el Estadio Wanda Metropolitano, donde el comité de dirección de Rovensa mostró la singularidad del grupo y la importancia que tiene su historia y su cultura para lograr su ambiciosa y noble misión. También se reveló la nueva identidad visual de este gran grupo que está ya presente en más de 70 países.

La nueva identidad de marca está inspirada en las empresas que forman el grupo. Cada una de ellas contribuye de manera diferenciada, para favorecer así las sinergias. Por este motivo, el logo aúna elementos de cada una de ellas.

Rovensa favorece a la agricultura equilibrada y continuará atendiendo a sus clientes a través de las tres unidades de negocio: protección de cultivos, nutrición de cultivos y biocontrol.

Entidad Estatal de Seguros Agrarios

2019

40º PLAN DE SEGUROS AGRARIOS

enesa.es



Asegura **tu** futuro



@Seguro_Agrario

/ www.enesa.es

/ seguro.agrario@mapama.es



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN



AGENDA 2030
ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS, O.A. (ENESA)

Actualidad

Jorge Reig Berlanga

• Director general de Grupo Agroponiente

“Grupo Agroponiente está en perfecta disposición para dar un gran salto, incrementar su competitividad y reforzar su liderazgo”

□ fhalmería

Grupos Agroponiente es una empresa con una trayectoria de más de 32 años que no ha dejado de renovarse, de innovar y de liderar el mercado hortofrutícola en origen. ¿Cómo ha encontrado la compañía a su llegada?

- Grupo Agroponiente no es una compañía desconocida para nadie que se mueva en el sector. Estamos hablando de una de las grandes comercializadoras del sector, cuya imagen es sinónimo de solvencia, de seriedad y seguridad y también de innovación, calidad y servicio. Conservar durante más de tres décadas esa imagen, ese prestigio, sólo se consigue haciendo muchas cosas bien. Por tanto, estoy convencido de que hay que potenciar las muchísimas cosas que llevamos haciendo bien desde hace mucho tiempo y también incorporar nuevos procesos, innovaciones y mejoras. La empresa está en perfecta disposición de afrontar determinados cambios e innovaciones, que la hagan aún más competitiva en todos los sentidos. De hecho, el ADN de Agroponiente es su innovación en hacer cosas diferentes a lo que hacían el resto de sus competidores. Así lo hizo en su nacimiento en 1987 cuando empezó a comercializar directamente a clientes fuera de la subasta. Desde entonces no ha parado de introducir cambios al modelo de negocio y desde luego va a seguir haciéndolo. Sobre todo, en un sector tan dinámico como este y un mundo cada vez más pequeño.

Veo muchísimo potencial para ser más grandes, seguir creciendo y cubrir toda la cadena de valor. Ello supone una mejora en la oferta y servicio a nuestros clientes y, por ende, grandísimas oportunidades para nuestros agricultores y profesionales.

- ¿Cuál diría que es el objetivo a corto de Grupo Agroponiente?

- Pienso que existe un importante consenso en el sector a la hora de valorar que estamos en un momento crucial y decisivo del mismo, dicho esto en términos generales y también refiriéndonos al ámbito de la comercialización en origen en Almería. Los parámetros que manejamos nos indican que Grupo Agroponiente afronta este momento decisivo, de grandes transformaciones y retos en el modelo de comercialización, con todos sus pilares bien asentados y en perfecta disposición para ratificar su posición de liderazgo en el entorno, pero sobre todo de dar un gran salto y afrontar con garantías la competitividad en el mercado internacional. Tenemos que trabajar en el producto que quiere el consumidor y ser capaces de ofrecer esos productos naturales y sanos que comercializamos en los formatos que nos demanda la sociedad.

- Ello se traduce, por tanto, en un momento de cambios dentro de la compañía.

- En realidad, en una empresa todo momento es

El nuevo CEO de Grupo Agroponiente, Jorge Reig Berlanga, responde sobre cuáles son las líneas básicas de la filosofía corporativa con las que va a trabajar la empresa



de cambios. Una empresa que quiere ser competitiva no puede dejar de evolucionar en ningún momento. Habitualmente, en el entorno empresarial suele decirse que repetir cada día las mismas cosas es sinónimo de pérdida de competitividad frente a quienes evolucionan, y no cabe duda de que ello es cierto. Sin embargo, los cambios no han de ser revoluciones sino evoluciones. He llegado a una compañía con magníficos profesionales, que han logrado llevarla a las cotas más altas del sector. Al igual que ha hecho Agroponiente durante toda su historia tenemos, en primer lugar, que seguir creciendo con nuestros profesionales, seguir invirtiendo en su formación y capacitación para obtener el mejor rendimiento y competitividad. Y, en segundo lugar, ser capaces de atraer el talento nuevo del que carezcamos para los nuevos desafíos del mercado. Grupo Agroponiente es una empresa que ha de sentirse muy orgullosa de sus magníficos profesionales: no tengo duda de que han escrito brillantes páginas de la historia de nuestro sector y lo siguen haciendo cada día.

- ¿Cuáles son los pilares básicos sobre los que se van a afrontar esos grandes retos?

- Tiene que estar fundamentado en nuestros valores como grupo, que coinciden con los valores de nuestros accionistas, las personas, el servicio, la sostenibilidad, la innovación y la digitalización, como principales pilares de las transformaciones que vamos a llevar a cabo. Las personas son un elemento fundamental de

nuestra filosofía de empresa. Personas, como nuestros agricultores, que son la base de todos los procesos, el origen de lo que pretendemos hacer, que es mejorar la competitividad y que el rendimiento de cada acción que se lleve a cabo reporte a todos, empezando por ellos mismos. Vamos a cubrir toda la cadena de valor, empezando por nuestros agricultores y acabando con los consumidores. Esta etapa de Grupo Agroponiente parte de una empresa ubicada en la primera línea de la parrilla de salida, que va a contar con un gran potencial en todos los sentidos para que nuestros agricultores y clientes obtengan lo mejor de ella.

- Cuando habla de personas, los agricultores han sido y siguen siendo fundamentales. ¿Pero de qué más personas habla?

- Hablo también de clientes, por supuesto, pero sobre todo de nuestro equipo profesional. Nuestros clientes también van a percibir cambios y mejoras en nuestro posicionamiento de producto. Tenemos un potencial enorme y eso se va a traducir en los mercados. Vamos a trabajar concienzudamente sobre el posicionamiento del producto, traduciendo en formatos e innovaciones en las demandas que percibimos en los mercados. Y, por supuesto, hablo también de nuestros profesionales, que son muy responsables de todo lo que se ha conseguido y que además van a seguir creciendo profesionalmente.

- Habla de producto y de percepción de los mercados. ¿También desde el punto de vista del consumidor final?

- Sin ningún género de dudas. En muy poco tiempo vamos a empezar a desarrollar estrategias de producto que responderán a lo que nuestros clientes y los clientes más exigentes del mercado demandan. Nuestra filosofía de servicio se va a mantener intacta, pero además se va a extender a la búsqueda de productos y formatos, características y peculiaridades que estén al día de lo que, en cada momento, está en la cabeza de los consumidores y, por supuesto, de nuestros 'partners'. No hay duda de que somos sus proveedores de producto, pero también de los servicios necesarios para atender al consumidor final.

- Otros conceptos que ha manejado son la modernización, la innovación y la digitalización, aspectos que se antojan clave en el futuro a corto del sector.

- De estos conceptos se lleva hablando bastante tiempo en el sector, pero estamos en un momento clave en el que han de plasmarse en realidades productivas, competitivas y que marquen la diferencia para todos, desde el agricultor que ha de conseguir su mejor rendimiento hasta el consumidor final, que encuentre en nosotros las soluciones a sus demandas y, por supuesto, para nuestros clientes. En Grupo Agroponiente ese proceso de innovación tecnológica y digitalización ya ha comenzado. Hace escasas fechas hemos presentado nuestra App para agricultores, estamos en un procedimiento constante de dotación de herramientas para optimizar todas las operaciones y, como la innovación es un proceso imparable, la aplicación de ésta en nuestra actividad también lo va a ser. Esto no va a parar en ningún momento porque, en este aspecto, la competitividad demanda una modernización constante. Existe en determinados foros la sensación de que la tecnología está reñida con los productos frescos cuando en realidad es la solución. Ejemplos como el Big Data o Block Chain son buenos ejemplos de cómo conseguir mejoras en seguridad alimentaria o sostenibilidad mejorando la calidad y frescura de nuestros productos.

- También ha mencionado la importancia de la sostenibilidad. ¿En qué se traduce esa apuesta?

- Somos una empresa potente, que lleva a cabo numerosos procesos y nuestro convencimiento acerca de la necesidad de cuidar nuestro entorno en todos ellos es absolutamente profundo. Queremos ser una referencia en el respeto del medio ambiente y lo vamos a llevar a conseguir sin ninguna duda. No vamos a mirar a otro lado en este tema, queremos que haya un futuro para nuestros hijos. Puede que esto parezca un tópico, pero la realidad es que tenemos un programa interno de auditoría que cubre tres áreas de especial significancia para nuestros accionistas y directores y la primera de ellas es la responsabilidad medioambiental. Las otras dos son las sociales y las profesionales, pero la primera insisto es la medioambiental.

02

Seguimiento de Cultivos



Seguimiento de cultivos

Todo el cultivo de pimiento almeriense cuenta con lucha biológica, y el de berenjena se encuentra sano

C. G. G.
 La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y desarrollo sostenible de la Junta de Andalucía ha publicado un informe en el que ha dado a conocer el estado de los cultivos andaluces en el periodo del 7 al 13 de octubre.

En cuanto a los cultivos protegidos de la zona del Poniente almeriense hay que destacar que el pimiento cuenta con lucha biológica prácticamente en todas sus plantaciones. Los cultivos más tempranos de pimiento, están en plena recolección y los restantes están floreciendo, cuajando y engordando. Asimismo, los que están recolectando, son de todas las variedades y colores.

La berenjena se puede encontrar en todos los estados

de crecimiento, además, estas plantaciones están sanas de plagas y enfermedades. Respecto al pepino, con las elevadas temperaturas, se está obteniendo una rápida producción, con lo que los más tempranos están en plena producción y comienzan los de media temporada. En calabacín prosiguen los entutorados de las plantaciones precoces tienen el ciclo prácticamente agotado y serán sustituidas por variedades de ciclo medio.

En cuando a la zona del Bajo Almanzora, continúa la recolección de las plantaciones bajo maya de los tomates. En las de invernaderos, se han introducido abejorros para polinizar. Los calabacines continúa su recolección tanto bajo malla como en invernaderos y prosigue el desarrollo vegetativo de los guisantes, colocándose



tutores en las plantaciones más adelantadas.

También hay que destacar de la zona del Bajo Almanzora, el estado de los cultivos al aire libre. Las primeras plantaciones de lechuga y brócoli siguen con buen crecimiento y

se están llevando a cabo otras nuevas. Además, sigue la recolección en las plantaciones más tempranas de calabacines y está comenzando en las posteriores.

El ámbito de los cítricos en Almería, según el informe de la Junta de Andalucía, el fruto ha

alcanzado alrededor de 60 por ciento del tamaño final. Aunque en limó fino, el fruto ha alcanzado el 90 por ciento del tamaño final. Por último, cabe destacar que se está llevando a cabo la recolección de las mandarinas más tempranas.

Tecnova se alía con el sector agrícola de Sicilia en materia de I+D

El Centro Tecnológico Tecnova estrecha lazos con nuevos partners sicilianos de I+D para enriquecer el sector agrícola almeriense. La visita a Italia ya se efectuó, concretamente a las ciudades de Ragusa y Catania

Carlos Gutiérrez

Tecnova ha elegido Sicilia como un lugar idóneo para desarrollar alianzas en materia de I+D, por sus condiciones climatológicas, similares a las de Almería, y por todo lo que comparten ambas localizaciones, como por ejemplo la salinidad de su agua de regadío, que contribuye a la obtención de un producto de calidad.

El objetivo de la visita a Sicilia fue conocer sus tendencias y nuevos mercados, los cuales pueden ser transferibles a Almería. De este modo, para ayudar al enriquecimiento de la agricultura almeriense, Tecnova está estudiando la firma de varios convenios de colaboración para la realización de proyectos conjuntos siendo una gran oportunidad de transferencia de tecnología.

En su cita en Sicilia, Tecnova visitó el Instituto para el Sistema Agrícola y Forestal, la Universi-

dad de Agronomía de Catania, el Consorcio Euroagrumi, especializado en la comercialización de cerezas, tomate, naranja roja y chumbos, y el clúster agrícola. La Fundación está llevando a cabo la especialización en proyectos internacionales de I+D, con Universidades e Institutos, para el desarrollo de conocimiento tecnológico en el sector hortofru-

tícola.

Respecto a la actividad agrícola de Italia hay que destacar que tienen una producción muy diversa que va desde el tomate, que es su producto principal, hasta la uva de mesa, pasando por el mango, el aguacate, frutos rojos, arándanos, chumbos y granadas. Esta diversidad de cultivos se puede encontrar



La Junta directiva comercializadora.



gracias a las condiciones climáticas, las características del suelo y la altitud.

La agricultura italiana, y en concreto la siciliana, está sufriendo un proceso de adaptación para poder hacerse un hueco y ser competitivos en un mercado agrícola que está en constante cambio. Regusa, considerada la 'Almería italiana', tiene una extensión de 9.000 hectáreas en producción de cultivo de invernadero, de las 27.000 hectáreas totales de Italia, y tienen que lidiar con los mismos problemas que afronta la agricultura almeriense, los métodos de trabajo, el precio y la competencia, principalmente.

Con esta visita, Fundación Tecnova se ha nutrido de la agricultura italiana, que lleva realizándose tanto en invernaderos de madera de baja altura, construidos hace más de 40 años, hasta invernaderos de cristal dotados de la mejor tecnología.

Seguimiento de cultivos

Altacor® 35WG y Steward® 30WG, productos ideales para el control de lepidópteros

La empresa FMC ofrece soluciones eficaces para un cultivo bajo invernadero sano y sostenible

□ fhalmería

FMC Agricultural Solutions juega un papel fundamental en los cultivos hortícolas bajo invernadero, donde actualmente pone a disposición de los productores dos de los ingredientes activos más eficaces para el control de lepidópteros (orugas), con un buen perfil medioambiental y una excelente selectividad sobre la fauna auxiliar: Altacor® 35WG y Steward® 30WG.

En los cultivos hortícolas bajo invernadero, las plagas de mayor preocupación son los ácaros, plagas chupadoras (mosca blanca, trips, pulgones) y masticadoras.

Dentro de éstas últimas, por este orden; tuta (Tuta absoluta), heliothis (Helicoverpa armígera), rosquilla verde (Spodoptera exi-

gua), y los plúsidis (Autographa gamma, Chrysodeixis chalcites), entre otras plagas. Actualmente, el sector productor está inmerso en un cambio en las técnicas de producción en estos cultivos, cada vez más rentables, orientándose y decantándose por soluciones específicas para el control de las plagas, que sean respetuosas con el medio ambiente y selectivas para la fauna auxiliar presente en estos cultivos (Orius laevigatus, Nesidiocoris tenuis, Ambliseius swirskii, Chrysoperla carnea, etc.). Para este importante cambio en la gestión de los cultivos bajo invernadero, FMC ofrece las soluciones idóneas para los productores.

Por un lado, Steward® 30WG, a base de la materia activa indoxacarb (Grupo IRAC 22A), ofrece control ovolarvicida sobre un amplio espectro de orugas, así como



Cultivo de tomate bajo invernadero.

control de chinches, escarabajos y mosquito verde en diferentes cultivos (ver registro fitosanitario).

Por otro lado, Altacor® 35WG, a base de la materia activa Ryxaxypyr® (Grupo IRAC 28), registrado en multitud de cultivos hortícolas, es una excelente herra-

mienta para el control de un amplio espectro de orugas. Se utilizará una o dos veces, siempre dentro de una misma generación (periodo de 30 días), dejando después un periodo de 60 días desde la última aplicación sin utilizar otras diamidas, en este periodo de

60 días utilizaremos otros insecticidas con diferente modo de acción (IRAC 22A, IRAC 6, IRAC 5). En el caso de Tuta absoluta se recomienda aplicar Altacor® 35WG en mezcla con un aceite que mejore la penetración del mismo en los tejidos donde se desarrollan las larvas de la misma.

Ambos productos son apreciados y reconocidos por su elevada eficacia de control, pero aún más por su elevada selectividad y respeto por los principales insectos auxiliares, los cuales interesa mantener en el cultivo, evitando así la proliferación de otras plagas, como la araña roja, que suele aparecer tras la aplicación de otros insecticidas que tienen un alto impacto sobre esta fauna auxiliar.

Más información:
www.fmcagro.es

Altacor® 35WG

control de insectos

con la potencia de
RYNAXYPYR®

ingrediente activo

Steward® 30WG

Insecticida

LA MEJOR ELECCIÓN PARA EL
CONTROL EFICAZ Y SOSTENIBLE
DE ORUGAS Y OTROS INSECTOS

Altacor® 35WG



Steward® 30WG



FMC

An Agricultural
Sciences Company

Visite nuestro canal
YouTube



Pº de la Castellana, 257 - 5º
28046 MADRID
91 553 01 04
www.fmcagro.es

Seguimiento de cultivos

Fertinagro Biotech logra incrementar la fertilidad de los suelos a través de una nueva estrategia nutricional

Con ella, la empresa demuestra que es posible obtener en agricultura ecológica producciones iguales o superiores a las obtenidas en convencional

□ fhalmería

Partiendo de la definición que el reglamento sobre la producción y etiquetado de los productos ecológicos establece sobre este tipo de agricultura: “La producción vegetal ecológica debe contribuir a mantener y aumentar la fertilidad del suelo así como la prevención de la erosión del mismo y el aumento de la biodiversidad. Las plantas deben nutrirse preferiblemente a través del ecosistema edáfico en lugar de mediante fertilizantes solubles añadidos al suelo”.

Así, Fertinagro Biotech plantea una estrategia nutricional basada en la regeneración edáfica del suelo, una nutrición integral de la rizosfera y una potenciación metabólica del cultivo, que incrementará la fertilidad de los suelos desde el punto de vista físico, químico y, sobre todo, biológico.

“

La importancia de la fertilización orgánica no radica en la cantidad de nutrientes que se ponen a disposición de la planta sino en el aporte progresivo de los mismos

La fertilidad es la capacidad que tiene el suelo de proporcionar a las plantas las condiciones necesarias para su crecimiento y desarrollo: agua, nutrientes, aire y calor. Por tanto, la fertilidad depende de las propiedades químicas, físicas y biológicas del suelo y sobre todo, del contenido en materia orgánica, siendo la proporción de materia orgánica humificada el principal indicador de la calidad edáfica de un suelo, así como su facilidad oxidativa y capacidad de retención de agua.

La fertilización es la reposición de los nutrientes que las plantas extraen del suelo en forma de cosecha. El manejo de la fertilización en la agricultura ecológica



	UF/ha ECO	UF/ha CONVENCIONAL
N	140,0	158,5
P₂O₅	140,0	152,0
K₂O	240,0	347,0
PRODUCCIÓN	Kg/Ha	€/kg
ECOLÓGICO	69.870	0,80
CONVENCIONAL	62.123	0,57
DIFERENCIAL	7.747	-
€/Ha	ECOLÓGICO	CONVENCIONAL
INGRESOS	55.896	35.410
COSTES	2.524	3.134
BALANCE GENERAL	53.372	32.276

*N: en el programa convencional se ha considerado únicamente el nitrógeno procedente del fertilizante mineral.

ca se basa en mantener la fertilidad del suelo. Está orientado a asegurar la presencia de humus, incrementar la disponibilidad de nutrientes, potenciar la presencia de organismos, de cuya actividad se va a nutrir la planta e impedir la degradación del suelo. Cuanto más activo sea un suelo menos dependerá del suministro externo de nutrientes. La fertilización orgánica es la base de la fertilización. El

objetivo es alimentar al suelo más que ofrecer a la planta grandes cantidades de elementos solubles.

La importancia de la fertilización orgánica no radica en la cantidad de nutrientes que se ponen a disposición de la planta sino en el aporte progresivo de los mismos. Los nutrientes se liberan en armonía con las necesidades de las plantas. Cuando las condiciones ambientales son aptas para el cre-

cimiento rápido del vegetal, también favorecen la rápida liberación de nutrientes de la materia orgánica.

Por otra parte la fertilización orgánica influye en la mejora de las condiciones del suelo, en el contenido de sustancias fisiológicamente activas como hormonas, vitaminas y antibióticos y en el mantenimiento de la población microbiana.

Las acciones específicas del humus se deben tanto a los productos formados durante la descomposición de la materia orgánica como al humus que queda en el suelo tras esta evolución. Por eso es más interesante hacer aportaciones frecuentes de materia orgánica humificada en dosis limitadas que aportaciones mayores a intervalos más amplios de materia orgánica fresca.

Así, en el ensayo demostrativo realizado en un cultivo de calabacín en el término municipal de Níjar, en el que se comparó un programa nutricional desarrollado por Fertinagro Biotech en ecológico (Organia Revitasoil Plus + Biofuerza: aportes anuales) Vs otro programa nutricional en convencional con aporte de 50 Tm de estiércol/ha (aplicación puntual) + fertilizantes minerales nitrogenados, se pudo comprobar la importancia de la regeneración edáfica del suelo: propiedades físicas, químicas y biológicas; más una óptima nutrición integral de la rizosfera Vs una elevada aplicación de materia orgánica.

Seguimiento de cultivos

La UAL acoge las XII Jornadas ceiA3 organizadas por el Grupo de Sustratos de la SECH del 11 al 12 de diciembre

Las conferencias plenarias, los trabajos orales y las conclusiones finales podrán visualizarse en conexión remota, y los ponentes podrán participar con sus trabajos de forma no presencial

□ fhalmería

La Sociedad Española de Ciencias Hortícolas (SECH) organizará, del 11 al 12 de diciembre de 2019, mediante su Grupo de Sustratos, las XII Jornadas ceiA3.

Estas jornadas pretenden convertirse en un foro de referencia internacional mediante el uso de las nuevas tecnologías que permiten ampliar la participación mediante conexiones virtuales desde cualquier parte del mundo, principalmente desde Iberoamérica.

Este año es el turno del Grupo de Sustratos de la SECH, que desde el año 2014 no las había organizado. En esos cinco años se han generado grandes avances en la gestión hídrica y nutricional de los

sustratos, han aparecido nuevos materiales, nuevas aplicaciones para la gestión y manejo y nuevas soluciones para eliminar los materiales una vez finalizado su ciclo productivo, entre otros avances.

De este modo, las XII Jornadas ceiA3 del Grupo de Sustratos 2019 se convierten en una oportunidad para discutir e intercambiar experiencias sobre nuevas aplicaciones y nuevos medios de cultivo entre técnicos y científicos de las principales zonas productoras.

Respecto a la SECH, se trata de un ente de derecho privado que no persigue fines lucrativos ni políticos sino de interés científico, técnico y social. Se ampara en la Ley de Asociaciones 191/1964 de 24 de diciembre, su ámbito es nacional y de duración indefinida,



cuya sede se encuentra en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos de Córdoba.

Los objetivos de la Sociedad Española de Ciencias Hortícolas los recoge en el artículo 2 de sus estatutos, y son promover y alentar el interés nacional e internacio-

nal en la investigación científica, en la divulgación y en la formación en todas las ramas de la horticultura. Entre sus funciones principales se encuentra el desarrollo de un mejor entendimiento entre las personas e instituciones dedicadas a las Ciencias Hortícolas, la

difusión de los conocimientos hortícolas a través de publicaciones periódicas, la participación en todas aquellas actividades relacionadas con las Ciencias Hortícolas y la organización periódica de un Congreso Nacional de la SECH y de otras reuniones específicas.



Organia
REVITASOIL

**REVITALIZADOR EDÁFICO
QUE AUMENTA EL
RENDIMIENTO DE TU CULTIVO**

Biofuerza

**BIOFERTILIZANTE QUE NUTRE,
RESPETA Y PROTEGE TU SUELO**

**NUESTRO ÉXITO está en tus resultados
Más de 2.000 testimonios nos avalan cada año**

Fertinagro Biotech, S.L. | Polígono Industrial La Paz, Parcela 185 - 44195 Teruel | Tel.: (+34) 978 618 070 - Fax: (+34) 978 617 285 | info@fertinagro.es | TERVALIS

Seguimiento de cultivos



ASCENZA, una nueva marca preparada para los retos de la agricultura

□ fhalmería

El cambio corporativo de Sapec Agro a ASCENZA, que tuvo lugar a finales de 2018, refleja un nuevo posicionamiento que ha sido posible gracias a los esfuerzos realizados durante sus más de 50 años de historia y trayectoria.

Este cambio ha estado motivado por su vocación de compañía internacional en el área de las soluciones 'off patent' diferenciadas, segmento que está previsto que aumente en los próximos años.

La nueva marca ASCENZA, proviene de la palabra latina 'ascendere', que significa ascender, crecer, elevarse. Y de esta forma refleja "la evolución, la transformación del negocio y el proyecto de expansión", en palabras del director comercial y de Marketing, Benjamín Santarrufina.



La identidad de la marca está inspirada en el Quercus y el bosque mediterráneo, que representa sus orígenes, cultura y estrategia de compañía. Este bosque es conocido por su longevidad, su capacidad de adaptación y versatilidad. Por ello, ASCENZA aspira a ser distinguida de la misma manera como símbolo de resiliencia, constante adaptación al servicio de los agricultores y la agricultura.

En este nuevo posicionamiento, la compañía reforzará sus valores de compromiso, como la responsabilidad de innovar para ofrecer a los agricultores las mejores soluciones para que sus cosechas sean de alta calidad y rentabilidad. Proximidad, en la relación con el agricultor y cómo se resuelven sus problemas.

Empatía, como cualidad que trasciende la escucha activa y agilidad, imprescindible para su-

perar retos y resolver situaciones de un entorno en constante evolución.

ASCENZA está presente en Portugal desde hace más de 50 años bajo el nombre de Sapec Agro. Es una compañía líder en el desarrollo, formulación y fabricación de soluciones nutricionales y bioestimulantes en el mercado español.

Su central operativa en España se encuentra en Valencia y su almacén regulador está en Chinchilla (Albacete). Sus productos fitosanitarios se fabrican en Setúbal (Portugal) y los fitonutrientes en Sanchidrián (Ávila) y Campollano (Albacete).

ASCENZA tiene un firme compromiso con la agricultura a través de la promoción de adecuadas prácticas de seguridad y de protección medioambiental y un estricto cumplimiento de la Reglamentación de la Unión Europea.

CULTIVANDO TU FUTURO

INNOVACIÓN

Tras más de 50 años en el sector agrícola en Sapec Agro nos renovamos y adoptamos una nueva identidad corporativa: ASCENZA.

Nuestra nueva imagen está inspirada en el bosque mediterráneo caracterizado por su alta capacidad de resiliencia y de regeneración. Con él nos identificamos como símbolo de estabilidad y renovación constante al servicio de nuestros clientes y la agricultura. Entendemos tu realidad y queremos seguir creciendo para ofrecerte soluciones completas con las que conseguir una agricultura sostenible y de calidad. Nuestra apuesta es la agricultura y los agricultores.

www.ascenza.es



Growing For The Future: la agricultura avanzada basada en la seguridad alimentaria

Este proyecto de Certis Europe pretende ayudar a obtener cosechas con el mínimo de materias activas químicas y con los valores LMR lo más reducidos posible o incluso libres de residuos

□ Elena Sánchez

Adaptar las producciones de frutas y hortalizas bajo los requerimientos actuales y futuros de los supermercados de toda Europa es el principal objetivo que se ha marcado Certis Europe con el proyecto Growing For The Future (G4TF), una acción que nació en 2011, en Almería, y que está logrando excelentes resultados tanto a nivel productivo como comercial. Según explica Pedro Juan Serna, country manager de Certis Europe para España y Portugal, “este proyecto estratégico es una propuesta de valor y está diseñada, precisamente, para ayudar a los agricultores a estar en línea con los requerimientos que los supermercados europeos, que son los que nos compran todas las producciones, están demandando a día de hoy tanto a nivel de calidad de producción como a nivel fitosanitario”. De hecho, Pedro Juan Serna asegura que “nuestro compromiso con este proyecto no es otro que ayudar a los productores a obtener cultivos con el mínimo de materias activas químicas y con los valores LMR (límite máximo de residuos) lo más reducidos posible”.

Growing For The Future basa la estrategia, según Pedro Juan Serna, “en la creación de programas de Producción Integrada, IPM, basados en combinar productos bio-rationales y convencionales, registrados en el Ministerio de Agricultura, con el objetivo de poder tener un buen control de las plagas y enfermedades y, además, producir hortalizas que estén totalmente en línea con los requerimientos de cualquier supermercado”. A día de hoy, Certis España cuenta con un portfolio único y completo de 16 productos que se han ido incorporando en los últimos años gracias a las inversiones de Certis en nuevos productos registrados y adaptados a las necesidades de los cultivos y plagas y enfermedades de Almería, Costa de Granada y Murcia.

Growing For The Future es un proyecto bajo los parámetros de



Pedro Juan Serna, country manager de Certis Europe para España y Portugal.

sostenibilidad, seguridad alimentaria y confianza del consumidor en el modelo productivo. Para conseguir estos objetivos, Certis trabaja diariamente con sus empresas colaboradoras como Unica Group, Vicasol, Granada La Palma, Murgiverde, Casi, etc., con el fin de que sus técnicos sean conocedores de los programas de tratamientos G4TF y los productos bio-rationales aplicados en ellos.

Con el fin de lograr el mejor de los resultados en cada uno de los proyectos, el trabajo tiene que hacerse de manera unificada entre productor, asesor técnico, cooperativa, distribuidor y Certis. “Uno de los éxitos de este proyecto desde que comenzamos es el compromiso que están mostrando cada uno de los eslabones. Sin duda, si no fuera por el excelente trabajo que están haciendo, por ejemplo, los técnicos de las comercializadoras, los resultados serían otros. Estoy contento porque todos estamos poniendo nuestro granito de arena y mostramos nuestra implicación en el proyecto desde el principio”, ase-

gura Pedro Juan Serna, country manager de Certis Europe para España y Portugal. De hecho, el trabajo tan importante que se está realizando con la participación de cada una de las partes requiere una serie de pasos que explica Pedro Juan Serna: “Primero se procede a la

elección de la empresa de producción de cultivo adecuado para comenzar el programa G4TF. A continuación, se lleva a cabo una charla con el agricultor y el técnico de la empresa para, después, plantear el programa que mejor se adapte a la técnica de cultivo de dicho productor (contamos con programas para convencional, ecológico o biodinámico). Después se hace un seguimiento fitosanitario del cultivo con visitas periódicas y otro seguimiento de los LMR presentes en el fruto y del número de materias activas computables en los análisis multi-residuo. Finalmente, se elabora un informe de resultados para cada cultivo donde se mostrará la estrategia aplicada en campo y los objetivos logrados”.

A día de hoy, en Almería, este proyecto se está llevando a cabo no solamente con producciones de pimiento, tomate y pepino, que son los más representativos de la

provincia, sino que “también estamos haciendo programas con sandía y melón e, incluso, con berenjena. El objetivo es cubrir todos los productos, ya que no nos hemos estancado en ninguno de ellos y lo que queremos es seguir evolucionando con Growing For The Future”, añade Pedro Juan Serna.

Para un futuro no muy lejano, Certis Europe se ha propuesto una serie de objetivos a cumplir gracias a su continuo trabajo y que no son otros que lograr la extensión “de nuestros programas IPM Certis dentro de Growing For The Future a los de productores de hortalizas de alto nivel de Almería y Murcia, así como la identificación, inversión, desarrollo y puesta a punto de nuevos productos que no produzcan residuos y puedan ser registrados e integrados en los programas IPM Certis con el fin de que sigan completando el portfolio actual, de por sí, ya único”.



Seguimiento de cultivos

Certis Spain reúne a profesionales del sector para hablar de productos Bio-rationales

□ Elena Sánchez

Certis Spain organizó, en el CT TECNOVA, unas jornadas sobre Bio-rationales, donde a lo largo de la mañana, los asistentes, en su mayoría técnicos agrícolas, tuvieron la oportunidad de conocer las diferentes soluciones que ofrece la empresa ante las plagas y enfermedades más importantes que se dan en la provincia de Almería.

Antes de dar comienzo a las charlas de productos como tal, Pedro Juan Serna, director general de Certis Europa para España y Portugal, ha dado a conocer el proyecto Growing For The Future, con el que llevan trabajando once años y que consiste en una apuesta con el sector productor hortofrutícola para suministrar soluciones que el mercado está demandando, tanto a nivel de calidad de producción como a nivel

fitosanitario. A día de hoy, según Pedro Juan Serna, la clave está en los productos Bio-rationales, y la eficacia del proyecto es muy sólida ya que tiene programas adaptados tanto al cultivo convencional como ecológico o la biodinámica.

A continuación, el turno fue para Laurence Gutiérrez, development and registration manager de Certis España, quien hizo referencia al bacillus thuringiensis. Delfin, Turex y Turex 50 WG: características y modo de acción. Según Gutiérrez, con el bacillus, lo más importante son los controles de calidad, así como también la estabilidad del producto y una buena aplicación.

Por su parte, Gema Vázquez, project manager de Certis España, estuvo dando a conocer un poco más en profundidad los productos Botanigard y Botanigard 22 WP: características, modo de



Los asistentes mostraron verdadero interés por cada una de las charlas. I.E. S. G.

acción y amplio espectro. Según explicó Vázquez, las características para que los hongos entomopatógenos sean eficaces en el control de insectos y plagas son: la virulencia del aislado, la formulación y su correcta aplicación. Además, los factores que influyen en su desarrollo son la temperatura y la humedad relativa. Antes del descanso de las jornadas, Jorge Hernández, portfolio

manager de Certis España, estuvo ampliando la información acerca de uno de los productos más conocidos de la empresa como es Eradicoat, un insecticida/acaricida de alto espectro cuya eficacia en campo está determinada por el tamaño de la plaga (cuanto más pequeña, mayor mortalidad) y movilidad (cuanto más sedentaria, mayor mortalidad). Finalmente, tras el descanso, el turno

fue para Leopoldo González, technical sales advices de Certis España, quien hizo referencia a las estrategias de control de plagas en Almería con productos Bio-rationales de Certis, mientras que Antonio Altea, key account manager área sureste de la empresa, estuvo tratando el tema de la Tuta absoluta y de su problemática en los invernaderos almerienses.

Cerró la mañana Jorge Hernández para hacer referencia a Amylo-X WG y Armicarb, fungicidas de amplio espectro. Estrategias en cultivos hortícolas para el control de distintas enfermedades.

Tras las diversas charlas se llevó a cabo una visita al CREC (Invernadero experimental de Certis), donde los asistentes pudieron observar ensayos que se están realizando con cultivo de tomate ramo.



CERTIS
Growing Together

Líderes en productos
BIORATIONALS registrados



certiseurope.es

Seguimiento de cultivos

Eurochem Agro Iberia amplía su gama de productos solubles

□ fhalmería

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. Cuando se vayan a utilizar fertilizantes en riego localizado hay que tener en cuenta distintos factores, unos relativos al abono y otros referidos a su utilización. Las características básicas que deben reunir los fertilizantes son:

- Solubilidad total en agua de los abonos sólidos.
- Pureza, pues si contienen materias inertes podrían producir obstrucciones en el sistema de riego.

“

La gama ENTEC® y Nitrofoska® solub, cumplen los máximos estándares de calidad que son factores clave en riego localizado

Los productos para fertirrigación de EuroChem son el resultado de una fuerte inversión en innovación y experimentación, y están concebidos para responder a las necesidades del agricultor. La gama ENTEC® y Nitrofoska® solub, además, cumplen los máximos estándares de calidad que son factores clave en riego localizado, y que permiten no solo un correcto mantenimiento de la red de riego sino además una total asimilación de los nutrientes por los cultivos. Las distintas formulaciones de ENTEC® y Nitrofoska® solub contienen diferentes equilibrios de macro y micronutrientes para adaptarse a las necesidades específicas de los cultivos en cada fase de su ciclo vegetativo, posibilitando un completo y equilibrado desarrollo de frutales, hortalizas, cítricos y otros cultivos intensivos.

La gama ENTEC® solub, abonos solubles con nitrógeno estabilizado, se ha ampliado con la inclusión del ENTEC® solub NP (16+30), ENTEC® solub Mg (20N+2MgO) y ENTEC® solub



20+5+10 (+2 MgO). 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. Se puede afirmar que los sistemas de riego localizado reducen las pérdidas de N con fertilizantes convencionales, pero la incorporación de fertilizantes solubles con la tecnología

ENTEK® las reducen aún más, mejorando así la eficiencia de la fertilización y proporcionando una mejor nutrición de los cultivos.

La incorporación del nuevo Nitrofoska® solub calcium K (14+7+17+13CaO), ha venido igualmente a enriquecer más la amplia línea de fertilizantes Nitrofoska® solub. Los abonos Nitrofoska® solub garantizan un aporte equilibrado de todos los nutrientes

(nitrógeno, fósforo, potasio, magnesio y micronutrientes) que el cultivo necesita en cada fase, evitando el riesgo de carencias, de desequilibrios nutricionales o de precipitaciones causadas por reacción entre distintos abonos.

Ahora, 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.

Seguimiento de cultivos

SmartIPM

Cajamar investiga la incorporación de la tecnología en la toma de decisiones para cultivar tomate

El proyecto pretende conseguir una adecuada gestión de plagas en tomate

□ Jessica Valcerde

Los cultivos de invernadero, así como el resto de cultivos en general, se encuentran sujetos a fuertes requisitos del mercado con respecto a la calidad de los productos. A esto se suma un alto riesgo de plagas y enfermedades, lo que hace unos años derivó en un uso intensivo de fitosanitarios con una alta frecuencia de tratamientos. Ha quedado demostrado que esta estrategia por sí sola es ineficaz, y ha generado graves problemas, sobre todo, relacionados con fenómenos de resistencia.

Con el objetivo de mejorar esta situación, la Unión Europea estableció un marco de actuación comunitaria cuyo objetivo fue conseguir un uso sostenible de los plaguicidas promoviendo la Gestión Integrada de Plagas, cuyas siglas en inglés son IPM (Integrated Pest Management).

La GIP trata de combinar todos los métodos al alcance para disminuir los daños producidos por las plagas y enfermedades en el menor impacto sobre el medioambiente. Dichas estrategias están basadas en la prevención y en la implementación de sistemas de muestreo y pronóstico en los que se identifiquen las plagas y el estadio en el que se encuentran, además de como sus tendencias de propagación en el invernadero para poder decidir qué tipo de actuación debe llevarse a cabo en caso de ser necesario.

La GIP recomienda el empleo de enemigos naturales de las plagas como principales herramientas de control, por lo que estas tareas de monitoreo deben hacerse extensivas a la fauna auxiliar con el objetivo de determinar si la contención de los daños producidos por las plagas es aceptable y adecuado.

Un aspecto fundamental es establecer umbrales de daño en los cultivos que permitan decidir si el control biológico ha sido efectivo o si por el contrario es necesario emplear algún otro método. En este punto radica la verdadera dificultad de implementar con éxito las estrategias de GIP. Por ello se requiere manejar la mayor cantidad posible de información para realizar una toma de decisiones correcta y, así, poder gestionar el cultivo con el menor uso de productos fitosanitarios.

Para poder realizar correctamente un seguimiento preciso de la dinámica poblacional de todos los componentes del agroecosistema y poder conocer fácilmente la evolución y comportamiento de las plagas en años previos que permitan evaluar riesgos, es importante el diseño de herramientas, para facilitar en gran medida la toma de decisiones tanto a los productores como a los técnicos.

En los últimos tres años, Cajamar ha participado en el proyecto Smart DSS for IPM in Protected Horticulture (SmartIPM) a través de sus estaciones experimentales de Almería y Valencia, formando parte de un consorcio con el INRA francés y el instituto Julius Kühn alemán. El proyecto se ha centrado en el desarrollo de una DSS que ayude a integrar todos los parámetros decisivos para poner en práctica una adecuada GIP en el cultivo de tomate.

La participación de Cajamar en el proyecto ha consistido en el desarrollo de los módulos de seguimiento en campo y de los módulos de toma de decisiones. Para ello, a lo largo del proyecto se han proporcionado datos sobre la incidencia de plagas y enfermedades en distintas campañas, ciclos de cultivo y variedades de tomate distintas en invernaderos pro-

prios y comerciales. Esta información ha permitido alimentar la base de datos necesarios para el desarrollo de la DSS. Así mismo, han colaborado en el diseño de metodologías de seguimiento rápido y eficiente en campo que den una idea general del estado fitosanitario del invernadero.



NITROFOSKA[®]

SOLUB

Los abonos solubles de más calidad para una fertirrigación más eficiente



Nitrofoska[®] solub es una gama completa de fertilizantes cristalinos totalmente solubles en agua, diseñada para ofrecer una solución integral en fertirrigación, sin necesidad de mezclar diferentes fertilizantes.

Las fórmulas de Nitrofoska[®] solub incluyen macro y micronutrientes, y son completamente libres de urea y cloruros, lo que contribuye a una eficiente absorción y aprovechamiento de los nutrientes.

© Marca registrada de EuroChem Agro

EuroChem Agro Iberia, S.L.
C/Tanger, 98 Esc.B 8ª planta
08018 Barcelona
Tel. 931 702 744
Fax. 932 259 291
www.eurochemagro.es

Para más información



 EUROCHEM

Seguimiento de cultivos

Agrobío consolida sus soluciones de control biológico para un cultivo sano y libre de residuos

La empresa almeriense dispone de un equipo técnico experto y especializado en insectos beneficiosos, polinización con abejorros y protocolos de manejo tanto en cultivos convencionales como producción ecológica

□ fhalmería

Las hectáreas de cultivo de pepino que confían en el control biológico como estrategia para combatir las plagas sigue aumentando. Comienza la campaña de ciclo largo y Agrobío lidera y consolida un protocolo eficaz, con ácaros depredadores de excelente calidad y un asesoramiento técnico especializado.

De esta forma, una campaña más, los agricultores vuelven a apostar por *A. swirskii* o *T. montdorensis* de Agrobío alimentados con sus respectivas presas, Powermite y Powerfood, directamente sobre la planta para proteger sus cultivos desde el inicio, especialmente en cultivos sin polen y en aquellos donde se precisa una instalación temprana, antes del inicio de la floración.

Este interés por parte de los agricultores posiciona al control biológico como herramienta fundamental para obtener productos libres de residuos, que cumplan los estándares de calidad más exigentes.

Asesoramiento

Desde Agrobío han recalcado su interés por aportar soluciones a los productores. “Es esencial que el agricultor tenga herramientas que le permitan obtener frutos sanos y seguros y que se encuentre bien asesorado en el proceso. En Almería, sureste de la península, y cada vez en más zonas del territorio español, existe un amplio conocimiento sobre control biológico, con agricultores experimentados en el uso de estas técnicas y siempre abiertos a integrar las nuevas herramientas en manejo de parques y jardines e incluso plagas forestales.

En este sentido, Agrobío dispone de un equipo técnico experto y especializado en insectos beneficiosos, polinización con abejorros y protocolos de manejo tanto en cultivos convencionales como producción ecológica, que trabaja a pie de campo para dar el asesoramiento adecuado, tanto en hortalizas



Un técnico de Agrobío observando ácaros depredadores en cultivo de pepino. IAGROBIO



Nesidiocoris en tomate contra Tuta absoluta. IAGROBIO

como ornamentales, frutales, parques y jardines e incluso plagas forestales.

Nuevos retos

En muchos cultivos, el control biológico solo necesita un impulso para hacer frente a las plagas, y, en este sentido, en esta empresa almeriense han experimentado un repunte del uso de *Nesidiocoris* en semillero como parte fundamental de la estrategia contra la *Tuta absoluta* “y ya estamos

viendo resultados en los cultivos de tomate donde se han aplicado estas técnicas impulsadas por Agrobío”, indican.

En cambio, en otros cultivos se enfrentan al resto de plagas que han cobrado importancia como la araña roja o el pulgón; este último, sobre todo en cultivo orgánico. Para ello, Agrobío también desarrolla proyectos que permiten establecer protocolos de trabajo basados en el control preventivo y el establecimiento precoz de auxi-

liares, con su PLANTAcontrol biopropagada de *Lobularia+Orius* y plantas de cereal, que darán refugio y alimento a los depredadores y parasitoides.

No obstante, Agrobío continúa desarrollando estrategias innovadoras que permitan el establecimiento temprano de los insectos beneficiosos y conseguir altas poblaciones de ácaros depredadores sobre el cultivo, con novedades en sus formulaciones, la alimentación e incluso la suel-

ta mecanizada, que permite una mejor instalación y dispersión del insecto y su alimento, a la vez que ahorra tiempo.

Para ello, Agrobío cuenta con un equipo de investigadores y técnicos de desarrollo en campo que trabajan en colaboración con el departamento de producción y logística, pilar fundamental para que el agricultor reciba auxiliares con la mejor calidad. En esta línea, insisten en que trabajan “con organismos vivos, por lo que este paso es fundamental, sobre todo para dar el salto a otras zonas agrícolas de forma exitosa”.

Éxito

Desde Almería, Agrobío llega a más de 35 países y están presentes en cultivos de Europa, Asia, América y África. Abrir el abanico de países y mercados es fundamental para continuar creciendo y, para ello, el equipo de Agrobío estudia la casuística de cada zona geográfica desarrollando nuevos protocolos y adaptando las herramientas de trabajo atendiendo al cultivo y su infraestructura.

Seguimiento de cultivos

LIDA Plant Research lanza Ecothrin[®], primer insecticida ecológico para combatir la Tuta absoluta

Ecothrin[®] se posiciona como producto único en el mercado para el control de Tuta absoluta en cultivos como tomate y berenjena

□ fhalmería

En su afán de seguir su-
mando nuevas soluciones
y productos para la mejo-
ra de rendimientos y pro-
tección de cultivos, LIDA Plant
Research ha presentado una de sus
últimas innovaciones en cuanto a
defensa contra plagas: Ecothrin[®],
un insecticida ecológico con for-
mulación única microencapsulada
registrada para numerosas plagas
y producto único en el mercado
para combatir la Tuta absoluta.

El nuevo insecticida
Ecothrin[®], que se incorpora al ca-
tálogo de productos de LIDA
Plant Research, tiene una formu-
lación microencapsulada que
brinda una mayor persistencia de
control y eficacia contra insectos.



■ Ecothrin es el primer insecticida ecológico para Tuta absoluta en tomate.

■ Oruga.

Producto único para la Tuta absoluta

Este nuevo insecticida se posiciona como producto único en el mercado contra Tuta absoluta en tomate y berenjena, estando registrado además contra otras plagas tales como: pulgones, mosca blanca, trips y escarabajo de la patata, según cultivo.

La elevada riqueza de Ecothrin[®] se traduce en una mayor eficacia y un mayor efecto de choque sobre las plagas, con una menor dosis por superficie.

Asimismo, presenta un bajo nivel de degradación por la luz y las altas temperaturas, lo que se traduce en una mayor persistencia de efectos. Además posee un efecto repelente para las plagas.

Apto para cultivos ecológicos

Ecothrin[®], tanto por el origen de su materia activa, como por su formulación, está autorizado para su empleo en cultivos ecológicos.

Además de Ecothrin[®], LIDA Plant Research incorpora a su catálogo de productos fitosanitarios Acaridoil[®], otro nuevo acaricida-insecticida-ecológico con una excelente etiqueta al estar registrado en numerosos cultivos contra ácaros, Tuta absoluta, mosca blanca, pulgones y otras muchas plagas.

Los especialistas en

Tuta absoluta



PRODUCTOS
DE ORIGEN NATURAL

Registrados para:
tomate y berenjena

ecothrin[®]
plant insecticide

acaridoil[®]
plant acaricide

www.lidaplantresearch.com

Seguimiento de cultivos

El bioestimulante manvert foliplus cumple 20 años acumulando excelentes resultados en toda clase de cultivos

Un producto orgánico ideal para brotación, floración, cuajado, desarrollo, engorde y resistencia al estrés abiótico

□ fhalmería

El bioestimulante de la marca manvert, foliplus, cumple 20 años siendo el buque insignia de la compañía Biovert y acumulando excelentes resultados en todo tipo de cultivos y en los más de 30 países en los que se comercializa.

Este producto, apto para la agricultura ecológica, surge de la sinergia de la acción de los 4 ingredientes principales de su formulación única: aminoácidos, azúcares reductores, extracto de algas (*Ascophyllum nodosum*) y fitohormonas de origen natural. La combinación de estos cuatro elementos esenciales para la planta a una concentración elevada le proporciona numerosos beneficios que se traducen en una mejor brotación, floración, cuajado, peso y calidad de frutas y tubérculos, además de un mayor vigor y desarrollo vegetativo y una mayor resistencia al estrés.

En definitiva, manvert foliplus mejora la calidad y el rendimiento de las cosechas, puesto que su aplicación periódica favorece la obtención de más frutos y de mejor tamaño, ya que incide en las distintas fases del desarrollo de la planta. Esta constante en los resultados de la aplicación del producto a lo largo de estos 20 años ha determinado la elección del slogan del producto: nota la diferencia.

Con estas garantías no es de extrañar que el producto estrella de la marca manvert -que cuenta también con logo, slogan y web



propia en la dirección www.foliplus.com siga multiplicando sus ventas año tras año, además de sumar incondicionales, tanto entre los distribuidores de la gama manvert como entre los propios productores de frutas y hortalizas, que ven los resultados en su propio campo, y que ya no contemplan una campaña sin utilizar foliplus.

Tecnología Seavert tech®

En los últimos tiempos Biovert ha incorporado mejoras a su producto estrella que lo hacen aún más especial. Ahora manvert foliplus se elabora mediante la tecnología Seavert tech®, una tecnología propia de la compañía que con-

siste en realizar la extracción de algas sin ningún tipo de sustancia química, ni calor, congelación o deshidratación.

Eficacia demostrada en todo el mundo

En estos 20 años de manvert foliplus -aplicándolo solo o en combinación con otras referencias de la compañía- ha demostrado una enorme eficacia tanto en campo como en las decenas de ensayos que ha realizado el departamento de I+D+I de la compañía Biovert.

Desde manvert foliplus destacan algunos de los éxitos demostrados en los mencionados ensayos:

- En hortalizas, concretamente en calabacín, se logró un 30%

más de producción por planta y disminución del calabacín de destrío.

- En pimiento se logró un notable aumento de la calidad en lo que se refiere a grados Brix y a coloración.

- En aguacate o palto se logró multiplicar por 1,7 el número de brotes y un 30% más de producción.

- En uva de mesa se aumentó la producción en un 20%, además de un incremento considerable en la longitud del racimo y de los calibres comerciales.

- En tomate de industria, el programa manvert logró aumentar un 21% la producción y el tamaño de los frutos.

- En avellano se aumenta más de un 30% la producción (aumento del cuajado y menores pérdidas por abortos).

- En patata, manvert foliplus logró un gran crecimiento vegetativo y un aumento de la producción de un 16%.

- En alfalfa, manvert foliplus aumentó el número de nudos por brote, además del peso seco y la proteína.

- En kiwi se logró una producción del 95% por encima del calibre 30.

- En nectarina y manzana, manvert foliplus junto con otros

tratamientos de la firma aumentó el color en todo el fruto.

- En berries se logró un aumento del 11,6% de los frutos cuajados.

- En fresa y melón se lograron aumentos importantes en los grados Brix.

- En rosas se produjo un aumento de los tallos de casi 30 cm y un incremento de la producción de un 50%.

- En limón se obtuvo un aumento de la producción del 12% y un retorno de la inversión de 3,4 euros por euro invertido.

- En arroz, el incremento de la producción con manvert foliplus se contabilizó en un 37%.

- En mango, el incremento de la producción fue de un 23 % y el retorno de la inversión se calculó en 32 euros por euro invertido.

- En piña se observó un incremento del peso por unidad del 8%, lo que repercutió en un incremento del rendimiento final para el agricultor.

Formatos y certificaciones ecológicas

Manvert foliplus se presenta en formato líquido en envases de 1, 5 y 20 litros (también está la posibilidad de 220 l y 1.000 l). Su aplicación en campo puede ser foliar o radicular. Tiene las certificaciones ecológicas de BCS, FiBL y CAAE y presenta buena miscibilidad y compatibilidad con la mayoría de productos pesticidas utilizados habitualmente.

El Gobierno actualiza la normativa sobre uso sostenible de productos fitosanitarios

Se establecen indicadores que reflejan los riesgos del uso de plaguicidas

□ fhalmería

El Consejo de Ministros aprobó el pasado 27 de septiembre, la propuesta del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, un Real Decreto que actualiza la normativa sobre el uso sostenible de productos fitosanitarios.

La nueva norma modifica el Real Decreto 1311/2012, en el que se desarrollan las disposiciones de



la normativa comunitaria relativas al uso sostenible de los productos fitosanitarios, con objeto de reducir los riesgos de su utilización

para la salud humana y en el medio ambiente. Además, promueve la gestión integrada de plagas y el empleo de planteamientos o técnicas alternativas, dentro del marco de la normativa de la Unión Europea, que permitan reducir la dependencia de los agricultores del uso de plaguicidas.

La principal novedad que introduce consiste en la incorporación al ordenamiento jurídico español de la Directiva (UE)

2019/782 de la Comisión, en la que se establece un método de cálculo para producir unos indicadores de riesgo, armonizados para toda la UE, que permiten calcular los riesgos derivados del uso de plaguicidas, combinando los datos existentes sobre comercialización de productos fitosanitarios y sobre sus sustancias activas.

Dichos indicadores, permiten mejorar el seguimiento del cumplimiento de los objetivos marca-

dos por la Directiva 2009/128 sobre el uso sostenible de los productos fitosanitarios.

Asimismo, se establece un plazo anual para la publicación de los indicadores de riesgo armonizados a través de la página web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

El decreto surte efecto desde el 5 de septiembre de 2019 y estará en vigor al día siguiente al de su publicación en el BOE.

Seguimiento de cultivos

La Junta abre el periodo voluntario de implantación de seis meses del DAT

El Documento de Acompañamiento al Transporte permitirá hacer un seguimiento en las fases de producción, transformación y distribución

□ C.G.G.

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible concede un plazo de seis meses para la obtención del DAT (Documento de Acompañamiento al Transporte) con el fin de facilitar la adaptación tecnológica de los productores y empresarios agroalimentarios.

Después de la entrada en vigor de la obligatoriedad para agricultores, transportistas y comercializadores de contar con el DAT a partir del pasado 15 de octubre, ASAJA pidió a la Consejería que se diera un plazo de adaptación teniendo en cuenta que la aplicación informática no está totalmente adaptada a las numerosas situaciones que pueden darse en la provincia, y el aplazamiento se



El DAT proporcionará información durante todo el proceso de producción.

llevó a cabo finalmente. La Consejería otorga este plazo voluntario de seis meses para facilitar la adaptación, con lo cual, el sector

tendrá hasta el 15 de abril de 2020 para su adaptación total.

Tanto la Consejería de Andalucía como ASAJA-Almería es-

tán realizando sesiones informativas para informar a los productores andaluces sobre las novedades que conlleva la entra-

da en vigor de esta reglamentación. Por su parte, el responsable del departamento técnico de ASAJA-Almería, Miguel Ángel Serrano, señaló que “es importante irnos acostumbrando a realizar y rellenar estos Documentos, por eso recomendamos que se vayan empezando a familiarizarse desde ya con la aplicación informática que se gestiona desde el teléfono móvil y el modelo en papel”.

Con el DAT se podrá realizar un seguimiento completo a los alimentos al conocer su estado a lo largo de las diferentes fases de producción, transformación y distribución, fundamentales para localizar el origen de partidas concretas de productos y facilitar, de esta forma, una rápida reacción en caso de producirse alguna alerta.



manvert foliplus

Nota la diferencia



Más cantidad
Más calidad
Más rentabilidad

#20añosConFoliplus

Bioestimulante orgánico

20
AÑOS

cosechando excelentes resultados



www.foliplus.com

Seguimiento de cultivos

AEPLA, SIGFITO Y Fedisprove editan un cartel de buenas prácticas fitosanitarias

Estos carteles concienciarán de la correcta aplicación de productos fitosanitarios para evitar riesgos ambientales

□ Carlos Gutiérrez

El Sistema de Recogida de Envases de fertilizantes, fitosanitarios y bioestimulantes (SIGFITO), en colaboración con la Asociación para la protección de las Plantas (AEPLA) y la Federación Española de Distribuidores de Protección Vegetal (Fedisprove) han realizado una serie de carteles divulgativos para dar a conocer las buenas prácticas de aplicación de productos fitosanitarios.

En el cartel, además de aconsejarse el uso racional y sostenible de los fitosanitarios se insiste en los cuidados que debe tener el aplicador para tratar con seguridad, minimizando los riesgos ambientales, protegiendo los puntos de agua, y contribuyendo a la preservación de los polinizadores y la

LLEVAR LOS EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDIVIDUAL (EPI) INDICADOS



Se utilizarán desde el inicio de la manipulación del producto y hasta el final de las operaciones de limpieza.

La elección de los EPI debe adaptarse a la fase de trabajo y a las instrucciones que figuran en la etiqueta de cada producto. Los más habituales son:

- 1 Traje de protección (1 o 2 piezas) específico según actividad: cumpliendo con la norma de ropa EN ISO 27065 (nivel C1, C2 o C3) o de protección química, Tipo 6 (EN 13034) o Tipo 4 (EN 14605).
- 2 Delantal de protección química Tipo PB3 (EN 14605).
- 3 Guantes de protección química de nitrilo (EN ISO 374-1).
- 4 Pantalla facial o gafas de protección (EN 166).
- 5 Calzado profesional, al menos botas tobilleras, de caucho u otro material polimérico (clasificación II), metidos por dentro de la pernera del pantalón.
- 6 Mascarilla autofiltrante FFA2P3 (EN 405) o mascarilla con filtro A2P3 (EN 14387).

Estos EPI deben usarse exclusivamente para trabajos con productos fitosanitarios.

Los EPI reutilizables se tienen que limpiar después de su uso, y deben ser almacenados en una zona destinada exclusivamente para ellos. En el caso de mascarillas con filtros o mascarillas autofiltrantes, deben guardarse en un recipiente hermético que las resguarde del exterior.

Respetar las recomendaciones de mantenimiento de los EPI y sustituirlos cuando se aprecien los primeros síntomas de desgaste.

fauna salvaje. Entre los consejos y medidas más destacables se encuentran la revisión sistemática de los equipos de aplicación, los cuales se tienen que revisar obligatoriamente cada cinco años y a partir de 2020, las inspecciones deberán realizarse cada tres años en todos los equipos. Además, los lugares de almacenamiento de los equipos y los productos deben estar condicionados. El espacio tiene que ser cerrado, separado del vestuario y la oficina, aireado o ventilado, con una instalación eléctrica según el REBT (RD 842/2002).

En caso de emergencia se recomienda llamar al 061 o al 112, además del 915 620 420 que es el número del Servicio de Información Toxicológica. Cualquiera que sea la naturaleza del incidente, hay que guardar los envases y etiquetas, no dar de beber, no provocar el

vómito excepto si lo pone en la etiqueta, y si la víctima está inconsciente, hay que ponerla en posición lateral de seguridad (de costado y con el dorso de la mano en la mejilla).

El reciclaje de residuos se trata de una cuestión muy importante, con lo que se debe almacenar los envases vacíos en un lugar seguro hasta llevarlos a un lugar de recogida, realizar un triple enjuague de las garrafas antes de reciclarlas, y los envases con producto y semilleros, así como los EPI utilizados, deben ser entregados a un gestor autorizado.

Desde SIGFITO se anima a todos los profesionales de este sector que busquen información en las páginas web de la Comisión Europea, Cosechavida, Cítes, Topps, AEPLA y INSST entre otros.

LOS PRECIOS DE LAS SUBASTAS en tu iphone o android totalmente gratuitos



Envía la frase 'QUIERO CÓDIGO' a 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.

Y ya tendrás GRATIS la aplicación durante toda la campaña 2019-2020 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 • www.precioshorticolas.com

Seguimiento de cultivos

Haifa Group se une a la Iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Haifa se ha comprometido a seguir los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, con énfasis en la colaboración y la innovación

□ fhalmería

Haifa Group se ha adherido formalmente al Pacto Mundial de las Naciones Unidas adoptando con ello los principios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es la iniciativa más influyente del mundo para promover una administración empresarial responsable y sostenible. Al unirse a los ODS, Haifa se compromete a seguir diecisiete directrices relacionadas con los derechos humanos, las normas laborales y la protección del medio ambiente.

La implementación de los ODS universales en la actividad multinacional del Grupo Haifa es un proceso a largo plazo, por lo que la guía del Pacto Mundial



Motti Levin, director general de Haifa Group.

describe ese camino hacia la mejora continua.

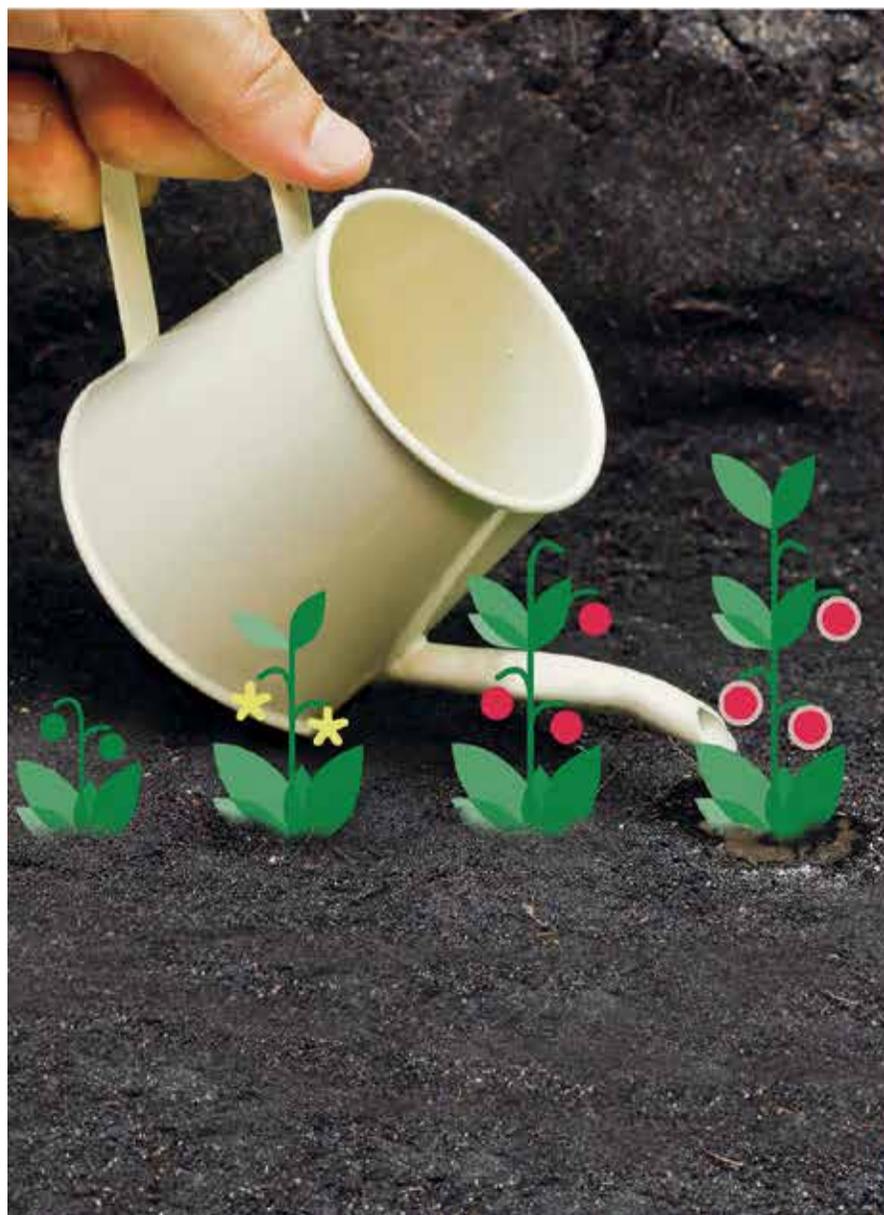
“Estamos orgullosos y entusiasmados de participar en este movimiento global de empresas que promueven el desarrollo sostenible, esforzándose por crear el mundo que queremos para nosotros mismos y para las generaciones futuras”, señaló Motti Levin,

director general de Haifa Group. “Como empresa multinacional que promueve el futuro de la agricultura mundial, la sostenibilidad está en nuestro ADN. Haifa ofrece soluciones de nutrición vegetal de última generación y altamente eficientes, al tiempo que mantiene la sostenibilidad como un valor fundamental en nuestras instalacio-

nes de producción en todo el mundo. Vemos claramente que desde su fundación hace cinco décadas, la visión y la estrategia de Haifa Group han estado estrechamente alineadas con el actual Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Por lo tanto, unirse a esta iniciativa es un paso natural para

nosotros, enfatizando nuestro compromiso con el bienestar de la humanidad y la naturaleza en todos los aspectos”, dijo Motti Levin.

Para más información, visite la web de Haifa y www.unglobalcompact.org.



Pioneros en Nutrigación™



La experiencia y el conocimiento de Haifa en los programas Nutrigación™ hacen que ofrezcamos a las plantas un suministro óptimo de nutrientes puros en el área de mayor actividad radicular, obteniendo el máximo rendimiento para los agricultores y un mínimo impacto ambiental.



Respetuoso con el medio ambiente



Económicamente rentable



Nutrición óptima de las plantas



Nutrientes puros para las plantas



Haifa Iberia
Telf: 91 591 2138 | E-mail: iberia@haifa-group.com



Pioneering the Future

www.haifa-group.com

Seguimiento de cultivos

Prolectus, antibotritis para hortícolas en invernadero: una sola materia activa, un solo día de plazo

□ fhalmería

Una buena protección de cultivos es esencial para ofrecer frutas y hortalizas de calidad.

Kenogard ofrece a los agricultores una solución antibotritis a base de Fenpirazamina 50% (WG), una única materia activa que proporciona altos niveles de eficacia con plazo de seguridad de un solo día, compatible con los principales insectos auxiliares (*Chrysoperla carnea*, *Encarsia formosa*, *Eretmocerus eremicus*, *Nesidiocoris tenuis*, *Orius laevigatus*, *Amblyseius swirskii*, *Aphidius rhopalosiphii*), suave con los cultivos y seguro para las personas.

El uso de Prolectus garantiza la mejor calidad de cosecha gracias a su alta eficacia en aplicaciones preventivas y a su fuerte efecto curativo sobre lesiones activas de botritis.

“

“Prolectus es una herramienta indispensable para el control de botritis en los principales cultivos hortícolas en invernadero”

Prolectus se caracteriza por una rápida penetración en la planta gracias a su efecto translaminar que le permite alcanzar de manera eficiente el envés foliar bloqueando el avance de la enfermedad y por su efecto antiesporulante que inhibe la formación de esporas de *Botrytis cinerea* erradicando así la enfermedad.

Prolectus se degrada rápidamente en suelo y agua, tiene un buen perfil toxicológico y medioambiental, con un plazo de seguridad mínimo que asegura un nivel de residuos apto para cumplir con los requisitos de los mercados más exigentes.

Prolectus es una herramienta indispensable para el control de botritis en los principales cultivos hortícolas en invernadero, tomate, pimiento, berenjena y cucurbitáceas de piel comestible, pepino y calabacín. Se pueden realizar hasta tres aplicaciones por campaña,

con un intervalo de diez días y a una dosis de 80 a 120 gr/hl en función de la presión de la enfermedad y el volumen de caldo, sin superar la dosis de 1,2 kg/ha.

Para unos mejores resultados Kenogard recomienda realizar la aplicación inmediatamente después de preparar la mezcla manteniendo el agitador en marcha y

con un pH del agua de pulverización cercano a 7 (siempre por debajo de 8,5).

En las numerosas pruebas de eficacia realizadas, Prolectus ha demostrado un nivel de protección en el control de botritis que permite asegurar una producción de alta calidad en cultivos hortícolas de invernadero.



Prolectus®



somos únicos



una sola
materia activa
un solo
día de plazo

ANTIBOTRITIS PARA HORTÍCOLAS EN INVERNADERO


Prolectus®

Seguimiento de cultivos

Diamond Seeds destaca en el mercado las sandías Paladar F1, River Side F1 y Mi-20 F1 dentro de su amplia gama de variedades de calidad

□ Elena Sánchez

La casa de semillas Diamond Seeds continúa trabajando e innovando en el sector hortofrutícola con el fin de crecer en todos los mercados mediante la oferta de una amplia gama de productos, tipologías y variedades de los diferentes cultivos que se diferencian del resto por su calidad, sabor, productividad y postcosecha, principalmente. En este sentido, la firma española está haciendo especial hincapié en las últimas campañas en su amplio y completo catálogo de sandía con el que cubre todos los ciclos productivos, así como las demandas de agricultores y clientes. Según explica José Ginés de Haro, delegado de zona de Diamond Seeds, “actualmente, toda la línea de trabajo que estamos llevando a cabo tiene como premisas una buena conservación, carne crujiente y de color intenso, calidad interna, alto contenido en grados brix y planta fuerte”.

Mi-20 F1

En este sentido, dentro de las sandías diploides, la casa de semillas destaca Mi-20 F1, una 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. Es muy buena como polinizador tanto de sandía blanca como negra y su apariencia externa es de color rayado oscuro, con un calibre de entre 1,5 y 3,5 kilos. Según José Ginés de Haro, Mi-20 F1 está “teniendo excelentes resultados al aire libre y es muy apreciada por los agricultores a la hora de usarla como polinizador”. Asimismo, esta sandía destaca por sus frutos redondos y porque también está indicada para invernadero de mitad de enero hacia adelante.

River Side F1

Asimismo, también dentro de las sandías diploides se encuentra River Side F1, una sandía con semillas de calibre mayor, de entre 10-12 kilos, y forma ovalada. Esta



■ Mi-20 F1.



■ Sandía Belinda F1.

sandía destaca por su excelente productividad adaptada al aire libre, que además de servir como polinizador, también se puede cultivar sola. Su coloración externa se caracteriza por sus rayas oscuras, aunque River Side F1 destaca, principalmente, por su textura, sabor y gran tamaño, así como por su planta vigorosa. De hecho, su carne roja sobresale por sus altos grados brix y por su buena adaptación al mercado.

Belinda F1

Dentro de la oferta de Diamond Seeds en el segmento de sandías triploides destacan cuatro variedades. En tamaño mini, la mejor situada es Belinda F1, una fruta de 2-3,5 kilos sin semillas indicada para aire libre, con un exterior que destaca por sus rayas oscuras y por ser una planta de vigor alto. Belinda F1 presume de una excelente postcosecha y calidad inter-

na, teniendo una calidad especial para exportación. Además, también se caracteriza por su alto vigor, lo que le permite proteger a la planta de virus y enfermedades.

Skyline F1

Dentro del tamaño mediano, la firma española hace especial mención a Skyline F1, una sandía triploide sin semillas de entre 3-5 kilos, cuyo exterior destaca por su rayado tipo tigre, mientras que el 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 elevada productividad, así como un excelente equilibrio entre postcosecha y dulzor.

Primavera F1

También en tamaño midi se encuentra Primavera F1, una sandía



■ Sandía River Side F1.



■ Sandía Primavera F1.



■ Skyline F1.



■ Paladar F1.

resistente a oídio con un calibre de entre 3-5 kilos. Se trata de una fruta cuya coloración externa cuenta con rayas anchas y oscuras y su planta tiene un alto vigor, de buen cuaje y producción agrupada. El interior de Primavera F1 se caracteriza por su carne muy roja, crujiente y muy dulce.

Paladar F1

Finalmente, dentro de las triploides, con un tamaño mayor, Diamond Seeds propone Paladar F1, una sandía sin semillas de calibre entre 4 y 7 kilos, que destaca por su rayado tipo tigre. La casa de semillas la califica como “la sandía más rica del mercado” debido a su textura crujiente y a que es muy equilibrada con una postcosecha unida al máximo dulzor. “Sin duda, se trata de una explosión de sabor desde el principio

hasta el final”, asegura José Ginés de Haro.

Portainjertos

Diamond Seeds apuesta por Poli-femo 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 una excelente calidad interna. Aporta resistencia alta a Fon/Fom.

Seguimiento de cultivos

Cajamar y Signify investigarán el efecto de la luz artificial en el crecimiento de cultivos

El estudio lo llevarán a cabo en un invernadero en la Estación Experimental de Las Palmerillas, en el término municipal de El Ejido, y tiene como objetivo adaptarse a los nuevos tiempos con un cambio climático en marcha

□ **Rafa Villegas**

La luz del sol es indispensable para el crecimiento y buen desarrollo de las plantas. Ahora, Cajamar y Signify, empresa líder mundial en iluminación, firmaron un acuerdo para investigar los efectos de la luz artificial en la oscuridad de la noche para los cultivos agrícolas.

El estudio se llevará a cabo en un invernadero en la Estación Experimental de Las Palmerillas, en el término municipal de El Ejido. Tanto Cajamar como Signify motivaron el experimento a la previsible mayor demanda en un futuro de producción de alimentos en condiciones más exigentes, como consecuencia del cambio climático, el crecimiento de la población y la escasez de recursos en el planeta.

En concreto, el proyecto prevé la instalación de 96 proyectores Philips GreenPower LED en 120 metros de líneas de cultivo con el objetivo de investigar los efectos que tendrá esta iluminación artificial en el crecimiento y la producción de los cultivos de hortalizas bajo plástico.

Para Roberto García Torrente, director de Innovación Agroalimentaria de Cajamar, los resultados de esta investigación tendrán un gran interés para los agricultores, “ya que supondrá una nueva fórmula de producir más y mejor, optimizando los recursos y ahondando en el desarrollo sostenible”.

Se trata de un proyecto más de los muchos que ha puesto en marcha Cajamar en los últimos años con la intención de lograr una mayor sostenibilidad tanto eco-



Responsables de Cajamar y Signify en el invernadero de 'Las Palmerillas'.

nómica como social y ambiental del sector agroalimentario. García Torrente dejó claro, además, que “los llevamos a cabo en contacto permanente con todos los agentes de la cadena de valor, fomentando la incorporación de tecnología, la capacitación profesional y las prácticas sostenibles”.

En cuanto a la otra parte del proyecto, Josep M. Martínez, presidente y director general de Signify en España y Portugal, aseguró que “uno de los grandes retos que nos encontraremos en los próximos años pasa por la creciente demanda de alimentos para abastecer a una población en aumento”. Del mismo modo, Martínez subrayó que “las consecuencias que conlleva el cambio climático podrían alterar las condiciones de cultivo actual”.



Our Seeds...
Your Future!

25 años ofreciendo el mejor sabor
Las sandías más sabrosas de Diamond Seeds



Paladar F1 (ex Sapore)

Éxtasis de azúcares y sabor para tu paladar.



River Side F1

Sandía melona de calibre con sabor, color y firmeza.



Mi-20 F1

Micro polinizador versátil y productivo en cualquier situación.

Seguimiento de cultivos

Juan Carlos Rodríguez

• Director comercial de Koppert en Almería, Granada y Málaga

□ fhalmería

¿La agricultura de invernadero apuesta por el control biológico?

Tanto durante la campaña pasada como en el arranque de la presente, la superficie de invernaderos con control biológico sigue en incremento. La expansión del control biológico es imparable y no tiene vuelta atrás en los cultivos intensivos, pero aún queda trabajo por hacer hasta conseguir el objetivo de que el control biológico llegue al 100% de los cultivos bajo plástico.

¿Qué producciones lideran la apuesta por el control biológico?

El liderazgo absoluto lo tiene el pimiento, ya que más del 99,6% de su producción se gestiona con control biológico de plagas. En segundo lugar, la berenjena con más del 70% de la producción y en tercer lugar el tomate con más del 61% de la producción total. Es muy interesante el rápido crecimiento que las técnicas de control biológico experimentan en cultivos como berenjena, calabacín, pepino y judía.

¿Por qué desciende el control biológico en tomate?

Hace dos años, el control biológico en tomate descendió un 20%, aunque de nuevo tiende a recuperarse. Hubo un cierto relax, influido en parte por información sesgada que hizo dudar al agricultor sobre la eficacia del control biológico en tomate. Tras los problemas sufridos especialmente con Tuta, el productor ha vuelto a comprender la importancia de respetar las dosis adecuadas y ha aprendido que el control biológico es una buena práctica agraria que debe llevarse a cabo durante todo el ciclo. Ya no sirven los viejos conceptos de acción y efecto inmediato, como en la agricultura convencional basada en el uso de agroquímicos. El control

“La superficie de invernaderos con control biológico va en aumento”

El inicio de la actual campaña agrícola de invernadero no puede ser más positivo. Koppert confirma que las sueltas de enemigos naturales para el control biológico de plagas va en aumento y que por fin se recupera el terreno perdido en tomate

biológico en tomate no tiene vuelta atrás, y contamos con el apoyo decidido de las principales comercializadoras. En ese sentido, quiero destacar el gran ejemplo de la cooperativa CASI, que este año ha establecido como medida obligatoria las sueltas de Nesidiocoris tenuis para el control biológico de Tuta absoluta, junto con el buen trabajo de otras empresas de referencia en Almería y en la costa de Granada.

Las condiciones climáticas son cada vez más adversas. ¿De qué forma influirá el cambio climático en el control biológico?

El control biológico tiene una importante misión que desarrollar para mitigar los efectos del cambio climático. La fauna auxiliar crea un ecosistema que aporta biodiversidad y equilibrio en el invernadero, mientras que los microorganismos beneficiosos ayudan a recuperar los suelos de forma natural y a disminuir el consumo de fertilizantes.

¿Qué importancia tienen los microorganismos para Koppert?

Muchísima. Si los ‘bichos’ fueron los protagonistas de la primera revolución verde, los microor-

ganismos están iniciando la segunda fase de esa revolución con la que tenemos en nuestras manos la posibilidad de cambiar para siempre la forma de hacer agricultura y compatibilizar la producción intensiva bajo plástico con el respeto al medio ambiente. A escala global, Koppert ha decidido invertir muchos recursos para poner al alcance del agricultor microorganismos beneficiosos que complementen en el suelo el buen trabajo que los insectos auxiliares realizan en la parte aérea de la planta. Un buen ejemplo de nuestro proceso de innovación es Triatum.

¿Qué es Triatum?

Es un fungicida biológico único en el mercado, que contiene una cepa híbrida del hongo beneficioso *Trichoderma harzianum*. Es una cepa exclusiva y patentada por Koppert y su eficacia es altísima en todo tipo de suelos. Triatum ha sido todo un éxito comercial, tanto para su uso en semilleros como en cultivos bajo plástico y al aire libre.

¿Koppert también innova en sus colmenas de abejorros?

Por supuesto. Trajimos las primeras colmenas de abejorros hace 25 años y desde entonces nuestra marca NATUPOL® ha evolucionado constantemente. En este momento, estamos muy satisfechos de la última versión que comercializamos con la marca NATUPOL EXCEL®, ya que ofrecemos la mejor calidad del mercado y la rentabilidad más alta por abejorro. No ha sido fácil, pero en Koppert nos gustan los retos. Hemos tenido que estudiar cómo se comunican los abejorros y cuál es su rango de visión. Todo lo que hemos aprendido se refleja en nuestra colmena, para conseguir el máximo beneficio para el productor.



Seguimiento de cultivos

Detectan la presencia de araña blanca en cultivos de pimiento en Almería

Desde la Red de Alertas e Información Fitosanitaria de Andalucía ofrecen algunas medidas preventivas y culturales

□ Jessica Valverde

En los cultivos de pimiento de otoño de la provincia de Almería se ha detectado presencia de araña blanca *Polyphagotarsonemus latus* muy superior a la habitual en esta época del año, según ha comunicado la Red de Alertas e Información Fitosanitaria de Andalucía (RAIF).

Su proliferación se ve favorecida por temperaturas y humedades relativamente altas. Las condiciones climáticas óptimas para su desarrollo se sitúa en temperaturas de 20-25°C y ambiente sombreado, con humedades relativas próximas al 90%. El umbral térmico mínimo para su desarrollo se sitúan en los 5-6°C.

La duración total del ciclo a 20°C y una humedad relativa del 70-80% se puede acortar hasta 5-7 días. Los síntomas son diferentes en función del órgano. En flor se aprecia me-

diante el aborto, en el fruto se aprecia debido a la aparición de deformaciones o suberificación, las hojas se abomban y curvan, se producen rizamientos de nervios en las hojas apicales. En cuanto a la planta en general, se manifiesta con una coloración verde intensa y con enanismo y, finalmente, en el tallo se produce el aborto de brotes terminales y auxiliares.

Hasta el momento se han detectado pequeños focos en la mitad de las parcelas muestreadas, observándose su presencia en 1 de cada 100 plantas.

Desde RAIF inciden en la importancia de la detección precoz de los focos, ya que su dispersión es rápida en épocas calurosas y secas, mostrando tendencias al gregarismo. El desplazamiento se produce por migraciones de las hembras hacia las partes tiernas, siendo el viento y el contacto entre plantas los que produ-

cen la dispersión horizontal. Aunque la araña blanca ataca en épocas calurosas, prefiere vivir en el envés de las hojas y suele proliferar en lugares sombreados y relativamente húmedos, para no morir por desecación.

Medidas a tomar

Desde RAIF ofrecen una serie de medidas preventivas y culturales contra la araña blanca. En invernaderos recomiendan la colocación de mallas (mínimo 10x20 hilos/cm²) en las aberturas laterales, cenitales y puertas, así como vigilar y controlar el estado de estas, especialmente de las que coinciden con la dirección de los vientos dominantes. Además de vigilar que no haya roturas en los plásticos.

Se debe eliminar las malas hierbas y los restos de cultivos, ya que pueden actuar como reservorio de la plaga. Otra de las recomendaciones es utilizar material vegetal sano pro-



cedente de viveros o semilleros autorizados. El pasaporte sanitario debe conservarse durante un año.

No se deben asociar cultivos en la misma parcela o abandonarlos al finalizar el ciclo. Deben colocarse doble puerta en las entradas, o puerta y malla de igual densidad a la exterior. Desde RAIF también recomiendan distanciar en el tiempo la realiza-

ción de una nueva plantación, así como tener cuidado para no transportar la plaga con las operaciones habituales que se hacen en el cultivo, con la ropa, calzado o herramientas de trabajo.

Se debe tener un marco de plantación lo más amplio posible y abonar de forma equilibrada, así como realizar rotaciones de cultivo.

Fungicida biológico

TRIANUM[®]

Protege y alimenta el corazón de tu planta



AUTORIZADO PARA
AGRICULTURA
ECOLÓGICA



Biofungicida de máxima protección contra patógenos de suelo.

Raíces fuertes y sanas que aumentan la producción.

Exclusiva cepa T-22 de *Trichoderma harzianum* producida por Koppert.

www.trianum.es

KOPPERT
BIOLOGICAL SYSTEMS

Seguimiento de cultivos

Almería acogerá en noviembre el primer Foro Internacional 'Semilla Innova'

El Auditorio Maestro Padilla acogerá este encuentro que pretende aglutinar a representantes de todos los eslabones del sector

□ **Almudena Fernández**

La feria Fruit Logística, celebrada en febrero de este año, sirvió para anunciar la casi inminente celebración del primer Foro Internacional 'Semilla Innova' en Almería. Sin embargo, ha sido en el mes de septiembre cuando ANOVE (Asociación Nacional de Obtentores Vegetales) y Agromarketing, organizadores del encuentro, han sellado el acuerdo de colaboración para poner en marcha este evento, que tendrá lugar los días 27 y 28 de noviembre.

'Semilla Innova' está llamada a ser, según la organización, una cita de repercusión nacional e internacional que permitirá aglutinar a representantes de todos los eslabones del sector de las semillas y que contribuirá a remarcar la singularidad de Almería como potencia agrícola del mundo, tanto en producción como en investigación.

800 profesionales

Este foro internacional cuenta con el respaldo explícito del Ayuntamiento de Almería y se celebrará en el Auditorio Maes-



El valor de la producción hortícola anual de Almería supera los 1.900 millones de euros. /FHALMERÍA

tro Padilla de la capital, donde está previsto que acudan unos 800 profesionales del sector entre técnicos, productores e investigadores, representantes de empresa de semillas, semilleros, centros de investigación y empresas auxiliares.

La reciente reunión entre ANOVE y Agromarketing tuvo lugar en Madrid con la presencia

“
Habrá ponencias técnicas, encuentros de networking, mesas redondas de debate, y degustaciones gastronómicas

de Antonio Villarroel y Elena Sánchez, secretario general y directora de ANOVE, respectivamente, además de Arturo Soler y Antonio Santos, directivos de Agromarketing.

En este contexto, la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (Coexphal) ha sumado su apoyo a esta cita del mes de

noviembre que ha calificado como “el evento del año del sector de las semillas en España”.

Programa

Junto a las ponencias técnicas y encuentro de networking, la segunda jornada de 'Semilla Innova' terminará con una mesa redonda de debate en la que participarán chefs, periodistas y críticos gastronómicos, representantes de semilleros y productores, así como de la hostelería y agroturismo sobre el presente y futuro de la gastronomía almeriense.

'Semilla Innova' clausurará con un show cooking por parte de chefs de Almería, abierto al público general y con productos frescos de la tierra que, además, tendrá un fin benéfico.

La cita pondrá de relevancia la importancia del sector agrícola en la provincia de Almería con un 20% del PIB. No en vano, la horticultura almeriense apuesta casi un 60% de la producción hortícola andaluza con un valor de comercialización de más de 2.500 millones de euros.

Más información e inscripciones en la página web: www.semillainnova.es

□ **fhalmería**

Investigadores hallan en la proteína BAG4 una nueva función clave frente a la sequía de las plantas

El hallazgo resulta relevante para el desarrollo de cultivos más resistentes al estrés hídrico

Un equipo de investigadores de la Universitat Politècnica de València (UPV) y la Universidad de Málaga (UMA) ha descubierto una nueva función en una proteína de las plantas, la BAG4, demostrando que participa en la regulación de la transpiración de la planta, el transporte de potasio en células oclusivas y, por tanto, la apertura de los estomas, poros situados en la hoja a través de los que la planta transpira.

Los resultados del hallazgo, que resulta de especial relevancia para el desarrollo de cultivos más resistentes a condiciones de sequía, ha sido publicado en la revista *Plant Physiology*.

En el estudio, en el que ha participado también el centro francés BPMP (Biochimie et Physiologie Moléculaire des

Plantas), los investigadores llevaron a cabo, en primer lugar, un análisis de las proteínas capaces de interaccionar físicamente con el canal que regula la entrada de potasio en las células oclusivas de la planta -llamado KAT1- para, posteriormente, estudiar cómo esta proteína regulaba la función de KAT1.

Según destacan los investigadores, la identificación de reguladores fisiológicamente relevantes, en este caso, la proteína BAG4, abre la puerta a nuevas estrategias para obtener plantas más resistentes a situaciones de



Investigadores participantes en el estudio. /FHALMERÍA

estrés hídrico y menos vulnerables frente a la acción de diferentes patógenos.

“Los estomas”, concluye José Miguel Mulet, investigador también del IBMCP (UPV-CSIC), “además de ser una estructura fundamental para regular la eficiencia en el uso del agua, son también la puerta de entrada de muchos patógenos que afectan a la agricultura. Conocer, a nivel molecular, cómo se regula el complejo proceso de apertura y cierre de estomas, nos puede ayudar a diseñar cultivos resistentes a plagas y a sequías”.

Seguimiento de cultivos

Asfertglobal, soluciones únicas para una agricultura sostenible

□ fhalmería

Asfertglobal es una compañía biotecnológica con una dilatada trayectoria en la innovación de productos para una agricultura más sostenible.

Nacida en el corazón agrícola de Portugal, Asfertglobal pone a disposición de los agricultores una serie de productos que ayudan a mantener un equilibrio entre lo efectivo en el campo, lo racional en el consumo y lo verdaderamente importante, “el medio ambiente”, señalan desde la empresa.

Para ello lanzan al mercado su gama de biofertilizantes, consorcios microbianos efectivos en la solubilización y absorción de elementos tan importantes en la agricultura como son el nitrógeno, el

“La familia de productos Kiplant aporta herramientas al agricultor para conseguir rentabilizar sus cultivos”

fósforo y el potasio, ayudando a un mejor aprovechamiento de los recursos y una mejor sanidad vegetal. Dentro de esta familia de productos destacan Kiplant Inmass y Kiplant Allgrip. Esta familia de productos está acompañada de bioestimulantes, de contrastada eficacia y calidad, que aportan herramientas al agricultor en el momento adecuado y de la forma adecuada para conseguir rentabilizar sus cultivos.

Enermax, Eckosil, Kiplant VS04, Foralg BMO son algunos ejemplos de ello ya posicionados y reconocidos en el mercado español.

Los productos Asfertglobal se formulan siempre con las mejores materias primas, aprovechando su riqueza bioquímica y poniéndolos al alcance de una agricultura cambiante en la búsqueda de soluciones altamente efectivas y respetuosas con el medio ambiente. Es por ello que gran parte de su catálogo haya sido certificado para uso en agricultura ecológica por certificadoras de prestigio a nivel europeo.

Con esta mentalidad y valores continúan trabajando desde Asfertglobal para conseguir soluciones efectivas, racionales y ecosostenibles.



Kiplant AllGrip

**MÁS EFICIENCIA EN FERTILIZACIÓN,
MEJORES RESULTADOS**

Biofertilizante compuesto por microorganismos solubilizadores de fósforo, productores de fitohormonas y enzimas extra-celulares, con acción metabolizadora de la materia orgánica de los suelos.

¿ Por qué elegir Kiplant All-Grip ?

- Promueve la absorción de fósforo y evita desequilibrios nutricionales en la planta
- Acción fitohormonal directa
- Acción enzimática
- Resultados homogéneos en una grand variedad de suelos, incluidos los que sufren situaciones de estrés.



Ensayo Kiplant AllGrip en tomate

N= 8 ensayos en tomate (invernadero)



Fuente: Solvitae (spin-off da Fac. Ciências Unvers. Lisboa - firma certificada de ensayos)


asfertglobal
innovation in plant sciences

Visite nuestra web
www.asfertglobal.com

Nos vemos en...

#FruitAttraction19

fruit attraction | 22-24 OCT. 2019

Hall: 8
Stand: 8B13A

VISÍTANOS

Seguimiento de cultivos

Syngenta lanza Switch® One, un fungicida con una sola materia activa contra botrytis y esclerotinia

Este nuevo producto está formulado a base de Fludioxonil, única molécula que pertenece a la familia de los fenilpirroles con eficacia demostrada en ensayos con pimiento, tomate, pepino, lechuga o fresa

□ Almudena Fernández

Las podredumbres pueden dar al traste con la calidad y cantidad de las cosechas. Para evitarlas, el trabajo preventivo y el control con fungicidas son pasos claves que los agricultores tienen asimilados en su tarea. Sin embargo, hay aspectos como la aparición de resistencias a determinadas materias activas que son un auténtico quebradero de cabeza para el campo.

Por ello, en Syngenta, después de tres años de trabajo e investigación, han apostado por lanzar al mercado un producto que responde a esa doble vertiente de controlar problemas como botrytis y esclerotinia, a la vez que minimiza la posibilidad de generar resistencias. Esta solución se llama Switch® One, un nuevo fungicida a base de Fludioxonil WG que cuenta con registro para tomate, pimiento, lechuga, fresa, calabacín, pepino y espinaca, y cuyas características conocen ya en detalle más de 300 técnicos de Almería y Murcia que acudieron a sendas presentaciones públicas celebradas a finales de septiembre.

Juan Miguel Cantus, responsable de ensayos de Syngenta, destacó en la presentación de Switch® One, el valor de este producto por su composición con una sola materia activa ante patógenos que presentan altas probabilidades de resistencia como es el caso de la botrytis. En este contexto, incidió en la necesidad de aplicaciones preventivas.

Por su parte, Carmo Pereira, responsable de la gestión del portafolio de vegetales de Syngenta, ahondó sobre las características de Fludioxonil, formulado base de Switch® One y que es la única molécula que pertenece a la familia de los fenilpirroles con punto de acción también único en el mercado. Carmo Pereira ha subrayado que Switch® One es un “producto de amplia eficacia y amplio espectro, tanto en cultivos como enfermedades” y se mostró convencida de que es una “herramienta clave para incluirla en las estrategias, mejorar la eficacia y



Mesa de debate celebrada al cierre de la presentación del nuevo fungicida en Roquetas (Almería).

prevenir el desarrollo de resistencias”.

Switch® One es también un fungicida respetuoso con la fauna auxiliar, con un perfil excelente para exportación, en la medida que protege el cultivo y mejora la conservación del fruto.

Ensayos en campo

Los agricultores de Almería y Murcia llegan a invertir hasta un 24% de sus gastos en fungicidas para combatir la botrytis y la esclerotinia en hortalizas (solo dos cultivos, lechuga y tomate, representan el 60% del gasto total). Por ello, Syngenta ha resaltado los distintos ensayos llevados a

cabo en campo donde Switch® One ha demostrado tener de las mayores eficacias de las que hay ahora mismo en el mercado. José María López y Manuel López, ambos del equipo técnico de Syngenta, fueron los encargados de detallar ante los técnicos almerienses y murcianos, los distintos ensayos realizados con éxito y que demuestran la eficacia de Switch® One.

Junto a estos ensayos de Syngenta, la multinacional ha reforzado el lanzamiento al mercado de Switch® One con la opinión de la microbióloga Dolores Fernández quien se mostró convencida de que el “Fludioxonil es el

mejor fungicida contra la botrytis que hay actualmente en el mercado”.

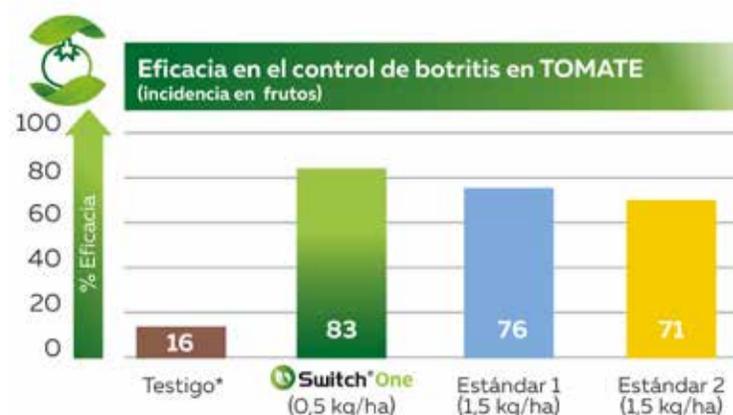
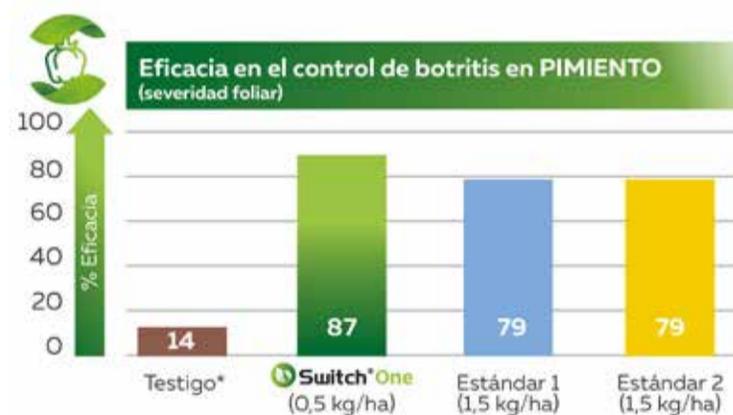
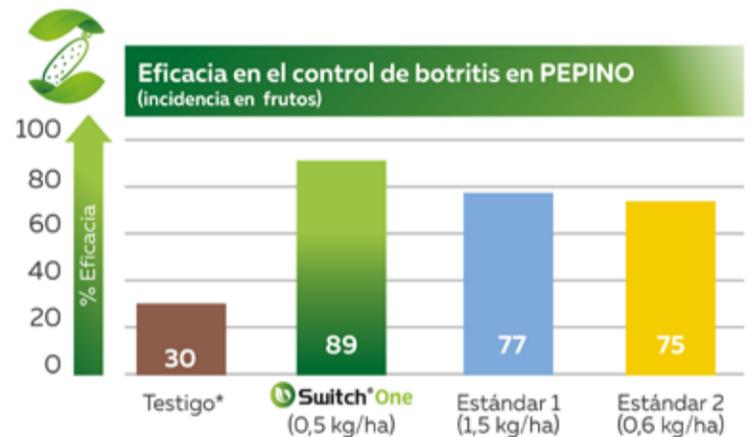
Modo de acción

Switch® One actúa en el sistema osmoregulador de las células de los hongos inhibiendo la proteína quinasa implicada en la síntesis del glicerol, pero también alterando la transferencia de agua y absorción de aminoácidos; en cuanto a su modo de acción biológico, este nuevo fungicida inhibe la germinación de esporas y el crecimiento del tubo germinativo.

En definitiva, tal y como ha destacado Robert Renwick, director general de Syngenta en Es-

paña y Portugal, “Switch® One responde al compromiso de Syngenta de innovar donde importa al sector y también a los consumidores, con el fin de acelerar la innovación para asegurar una agricultura más sostenible en todos los cultivos”.

Finalmente, desde Syngenta también han recomendado otras prácticas culturales contra las podredumbres que se sumen a este control químico que aporta Switch® One como la limpieza de restos vegetales, el uso de plásticos que absorban la radiación ultravioleta en los invernaderos o hacer un buen uso de los sistemas de ventilación, entre otros...



03



fruit
attraction

Almería en Fruit Attraction

**Millones de Kilos
de Salud**

El especialista en envases



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

El mejor de los productos de nuestra tierra merece un envase a su altura.
Nuestra misión es ofrecer las mejores opciones del mercado y el servicio más completo para que su producto y estocaje estén en perfectas condiciones.

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





El sector almeriense exhibe calidad, diversidad e innovación en Fruit Attraction

En la undécima edición de la feria, la provincia volverá a ver incrementada su presencia en Madrid con más de setenta empresas hortofrutícolas

□ Elena Sánchez

El sector hortofrutícola almeriense volverá a ser, un año más, uno de los grandes protagonistas de la nueva edición de Fruit Attraction. Y es que, la capacidad productora, comercializadora, innovadora y estratégica del campo almeriense continúa siendo un ejemplo a seguir para numerosas zonas de cultivo y qué mejor lugar que este evento internacional para poder estar más cerca del 'modelo Almería'. Para la undécima edición de la feria, Almería va a ver incrementada la presencia de empresas, una vez más, llegando a superar las setenta firmas que, o bien, son originarias de la provincia, o tienen su sede principal en ella. Así, de la zona del Poniente almeriense grandes nombres como Agroiris, Agroponiente, Agroejido, Agrupaejido, La Unión, Las Hortichuelas, Costa de Almería, Koppert, Murgiverde o Vicasol, entre otras muchas, regresarán a IFEMA con el fin de mostrar sus principales novedades y la evolución experimentada en este último año. Además, otro de los objetivos marcados por estas empresas no es otro que el encuentro con sus principales clientes con el fin de continuar planificando la campaña. Este año será bastante especial para firmas concretas como Agroiris, Vicasol o Casi, que aprovecharán Fruit Attraction para continuar celebrando sus respectivos aniversarios. Agroiris, por ejemplo, que celebra 25 años, llevará un renovado stand colorido y muy atractivo, donde proyectará un vídeo sobre su historia y con declaraciones de sus principales socios o fundadores de la empresa.

De la zona del Levante almeriense también habrá gran representación almeriense. Agrupapulpi, Balcón de Níjar, Biosabor, Biotec Family, Biosol Portocarro, Coprohníjar, Costa de Níjar, Primaflor o Peregrín, entre otras muchas, todas ellas con el gran objetivo de demostrar la excelente calidad de sus productos y el alto grado de profesionalidad con el que tratan a cada uno de sus clientes.



Además de todas estas empresas, como viene siendo habitual cada año, Fruit Attraction contará con la asistencia de importantes firmas internacionales que tienen su principal zona de negocio en Almería. Entre ellas destaca la multinacional de semillas Rijk Zwaan, que volverá a mostrar sus últimos conceptos como Salanova, Sweet Palermo, Fan Tasty Cos, Mycubies, etc., Gautier Semillas, Green Has Italia, AGF, Axia, etc.

En cuanto a la industria auxiliar, Almería quedará igualmente representada por una extensa delegación de empresas tales como Crisara, Agrícola Navarro de Haro, Hispactec o Koppert España, entre otras.

De esta manera, el sector agrícola almeriense volverá a mostrar

su poderío productivo, con sus más de 56.000 hectáreas cultivadas y tres millones y medio de toneladas producidas en la campaña 2017/2018, cifras que volvieron a repetirse el pasado ejercicio agrícola.

Fruit Attraction 2019 espera un incremento de la superficie expositora del 10,8 por ciento con relación a 2018. Además, esta nueva edición acogerá a 1.800 empresas expositoras y 90.000 visitantes procedentes de 135 países, según las previsiones del director de la feria, Raúl Calleja, quien apuesta, también, por "mantener las bases que han impulsado el éxito de la feria, promoviendo a la vez que cada edición sea diferente, exclusiva y Premium".





Sabor a Salud acaba uniendo lo mejor de la Huerta de Europa

La 'I Semana Gastronómica de la Huerta de Europa' concluyó con un gran éxito de participación

□ **Carlos Gutiérrez**

El Gran Hotel Victoria de El Ejido acogió a inicios de octubre la 'I Semana Gastronómica de la Huerta de Europa' donde a través de charlas, talleres de cocina, menús degustación y exposiciones se mostró a los ejidenses los mejores hábitos de vida saludable y el por qué de la calidad de los productos agrícolas de Almería.

Los asistentes pudieron disfrutar de diferentes talleres de cocina impartidos por Bodeboka Gastrobar El Ejido, Restaurante Juan Moreno de Vera o el de Ana Ruiz del blog 'Cocina con Ana' de Dalías.

Este evento, en el que partici-

paron y colaboraron grandes empresas del sector, acogió interesantes actividades como la presentación de la nefróloga del Hospital de Poniente, Adoración Martín Gómez, del libro '+50 Tapas sin sal', la charla sobre veganismo impartida por la Asociación de Veganos de Almería, la charla de un experto de la Estación Experimental de Cajamar o los Food Truck, entre otros.

La clausura de la 'I Semana de la Huerta de Europa' contó con la asistencia del concejal de Agricultura de El Ejido, Francisco Pérez, el secretario general de Agricultura de la Delegación Territorial de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenido, José Antonio Aliaga y el presidente de la



Juan Moreno, de Vera, realizó uno de los talleres de cocina. /c. GUTIÉRREZ

asociación de la Huerta de Europa, Antonio Navarro.

El edil de Agricultura almeriense e hizo referencia al proyecto Frutildados, que se puso en marcha este año y está dedicado a transformar restos vegetales en alimento para ganado. Por su parte, Antonio Navarro comentó que la asociación Huerta de Europa tiene como objetivo la promoción de las hortalizas con las mayores garantías sanitarias. Además destacó el vídeo promocional del evento que ha alcanzado 116.000 personas. Navarro añadió que "hay que hacer que la agricultura sea rentable para que los jóvenes se queden en el sector".

José Antonio Aliaga destacó que "en 14 años hemos pasado de 700 millones de euros a 2.300 millones de euros en exportaciones de frutas y hortalizas". Además, felicitó a los organizadores de las jornadas y recalcó el aspecto de la salubridad de las hortalizas de Almería que "no sale nada de residuos en sus hortalizas cuando se hacen análisis". Hizo referencia también a la "incorporación de 2.00 hectáreas de producción ecológica y control biológico.

EL EJIDO
gourmet QUALITY

ORDENANDO EL FUTURO DE NUESTRA AGRICULTURA

ORDENANZA DE INVERNADEROS Y SU ENTORNO

Ayuntamiento de
El Ejido



Ona Veggies apuesta por eliminar el plástico

□ fhalmería

Ona Veggies, la empresa de producto envasado y listo para cocinar de Kogava, ha transformado la manera de presentar sus productos. Ha evolucionado su tecnología de envasado, invirtiendo en maquinaria flow pack de 2º generación, gracias a ello ha conseguido prescindir de las bandejas, reduciendo así el 80% del plástico de cada una de sus referencias.

En el 2020 los packs serán de materiales orgánicos y plastic free

Pero la apuesta va más allá, y de cara al próximo año, estas nuevas máquinas serán capaces de envasar con un material de origen natural, de apariencia muy similar al plástico, pero que es totalmente orgánico y puede reciclarse en el contenedor de compostaje.

“El consumidor exige hoy un producto de gran calidad, pero respetuoso con el medio ambiente”

Con este nuevo hito en la historia de la empresa, Ona Veggies consigue sumar a su apuesta por la producción de vegetales de sostenibilidad integrada un proceso de envasado sin huella y totalmente respetuoso con el entorno.

Como comenta el máximo responsable de la marca, Ramón Llonch “el consumidor joven y adulto exige hoy un producto de gran calidad, pero respetuoso con el medio ambiente: sostenible y libre de plástico. En Ona Veggies hemos hecho un esfuerzo impor-

tante, convencidos de que con ello seguiremos siendo la marca preferida del consumidor”.

Las referencias que hoy se pueden encontrar en el mercado de Ona Veggies son verduras para el caldo, apio, zanahoria, puerro, tomates de untar, pimientos del padrón, nabo y chirivía, entre otros.

Ona Veggies es el alma de una marca convencida de que los vegetales son, hoy por hoy, uno de los alimentos más saludables de nuestra dieta. La empresa se dedica a producir buenos productos en los campos, con técnicas sostenibles y mucha profesionalidad. Gracias a la más innovadora y respetuosa tecnología de envasado, estos llegan con todos sus beneficios nutricionales a la mesa de los consumidores. Ona insiste en su idea: ‘Cuando cuidamos la tierra, esta nos premia con unos vegetales deliciosos’.



Con Ona Veggies, reduces un 80% el plástico



Estamos evolucionando la tecnología de envasado, invirtiendo en maquinaria flow pack de 2ª generación, con ello prescindimos de las bandejas y ya hemos reducido la cantidad de plástico. En 2020 conseguiremos que los packs sean de materiales orgánicos y 100% plastic free.

KOPGAVA SERVICE TRADE, S.L.
C/Longitudinal 9, nº91, Mercabarna, 08040 Barcelona
Tel. (+34) 935 561 252 / kopgava@gavagrup.com
www.onaveggies.com





138 empresas de la Región de Murcia acudirán a la XI edición de Fruit Attraction

38 de las empresas murcianas que asistirán al evento pertenecen a la Asociación Proexport

□ Jessica Valverde

La feria de la agricultura intensiva continúa creciendo y, en su XI edición, espera incrementar el número de visitantes profesionales hasta alcanzar los 90.000. Con esto, las empresas que asisten a la feria tienen una gran oportunidad para dar a conocer sus productos y crear relaciones comerciales, pero no solo en España, sino también en el resto del mundo ya que estos visitantes profesionales llegan procedentes de 135 países distintos. Por ello, un año más, empresas procedentes de Murcia no han querido perderse el evento y asistirán alrededor de 138 compañías.

Desde la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia, Proexport, serán un total de 38 empresas las que estén en Madrid del 22 al 24 de octubre. La mayoría de estas se concentrarán en el pabellón número siete. Con esto, batan el récord de participación en los años que llevan asistiendo a la feria. Aunque la mayoría podrán encontrarse en el pabellón de la Región de Murcia



Stand de la Región de Murcia en anteriores ediciones de la feria. / FHALMERÍA

(número siete), también estarán situadas en el número nueve y en el tres, pertenecientes a Andalucía y a la Comunidad Valenciana, respectivamente.

Estas empresas aprovecharán la feria para ampliar sus relaciones comerciales, habiendo programadas cientos de entrevistas con importadores, mayoristas,

responsables de cadenas discounters, supermercados, hipermercados y procesadores de medio mundo, interesados en cerrar el suministro a lo largo de la nueva campaña, según comunicó Proexport.

Los compradores internacionales muestran un gran interés por la Región al ser la primera

exportadora española de lechuga, brócoli, apio, espinaca, escarola, melón, limón, uva de mesa y albaricoque, y la segunda de tomate, pimiento, sandía, alcachofa y otras hortalizas. En 2018 exportó por valor de 2.504 millones de euros, más de 2,5 millones de toneladas, según datos aportados por Proexport. Los principales

países receptores de las producciones murcianas, además de España, son Alemania, Reino Unido, Francia y Holanda.

Eventos Proexport

La Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia, Proexport, colaborador principal de la segunda edición de Biofruit Congress, que se celebrará el miércoles 23 de octubre en el Fruit Forum (Hall 6 de IFEMA), de 15 a 18 horas. En 2018 reunió a más de 250 asistentes interesados en las tendencias de producción y comercialización biológica.

Esta asociación, además, celebrará la entrega de los Premios 'Estrellas de Internet', en su stand, ese mismo día a las 17.30 horas.

Por último, el 'invernadero móvil' de la campaña de promoción de EUCOFEL 'CuTE: Cultivating the Taste of Europe' en la que colabora Proexport, estará desplegado en la feria para mostrar e informar a los medios de comunicación y visitantes sobre el modelo de producción europeo, basado en la calidad, variedad y frescura de las frutas y verduras.

Murcia celebra junto a Asteamur la Jornada Solidaria de Alta Cocina con la presencia del chef Paco Roncero

□ J. V. S.

La Región de Murcia celebra junto a la Asociación para personas con Trastorno del Espectro Autista, Asteamur, su Jornada Solidaria de Alta Cocina, Gastrotea, que este año contará con la presencia del chef Paco Roncero. El evento contará con cocineros locales, taller de cocina de Paco Roncero con los niños de Asteamur y la cena benéfica elaborada por el chef para más de 250 personas. Tendrá lugar el 21 de octubre. Todo lo recaudado será donado a la asociación.



Cartel promocional. / FHALMERÍA

El temporal deja pérdidas millonarias en la Región de Murcia

□ J. V. S.

El temporal que sufrió Murcia el pasado mes de septiembre ha dejado pérdidas millonarias en el sector agrícola. Del total de las tierras de cultivo se estima que 113.384 hectáreas han sufrido algún tipo de daño. La valoración inicial de las pérdidas en este sector supera los 101 millones, que incluye los daños en infraestructuras de producción, las pérdidas en producción de cultivos y en ganadería y piscifactoría, siendo las más afectadas las sufridas en infraestructura de producción.

Fernando López Miras reclama "una posición firme de la UE ante la amenaza de nuevos aranceles"

□ J. V. S.

El presidente de la Región de Murcia, Fernando López Miras, aprovechó su intervención el pasado 8 de octubre en el Pleno del Comité Europeo de las Regiones para reivindicar "una posición firme y clara de la UE en defensa de la agricultura y de quienes viven de ella", ante la amenaza de nuevos aranceles a productos agroalimentarios. Este acto contó con la presencia de 600 políticos de la Unión Europea.



Imagen de Fernando López Miras durante su intervención.



Biotec Family reestructura y mejora sus instalaciones para obtener una mejor organización del producto

Además, la cooperativa se ha marcado como objetivo para este año mejorar la atención a sus clientes, perfeccionar el trabajo y defender bien el producto de los agricultores

□ Elena Sánchez

Biotec Family continúa con su proyecto de mejora con el fin de seguir ofreciendo los servicios adecuados y adaptados a las demandas de agricultores y clientes, por lo que, en esta ocasión, la empresa ha reestructurado sus “flujos de productos, diferenciando las zonas limpias y las zonas sucias del almacén. Además, ahora nuestros productos siguen un trayecto más rápido y limpio, ya que hemos pasado de tener una organización en forma circular, donde el producto hacía recorridos innecesarios, a una forma lineal, donde hemos reducido esos trayectos y se ven, claramente, las zonas diferenciadas, zona de acopio, zona de confección y zona de salida de nuestras verduras”, explica Antonio Jesús Díaz, responsable de Marketing de Biotec Family.

Estos avances y otras nuevas líneas son las que la cooperativa va a tener la oportunidad de mostrar durante la undécima edición de Fruit Attraction. Biotec Family estará presente en Madrid, un año más, en esta ocasión en el stand del CAAE 6D01, con el fin, además, “de dar a conocer al nuevo equipo directivo y comercial de la empresa, estrechar relaciones con antiguos clientes, cerrar



negocios con nuevos y presentar nuestra línea de trabajo Biotec Down”, adelanta Díaz. Una feria en la que, sin duda, “tenemos la oportunidad de hablar con muchos clientes en un espacio de tiempo corto, además de que para nosotros asistir a Fruit Attraction significa estar en uno de los mejores eventos que existen en el panorama de la agricultura, así como también una oportunidad para continuar introduciendo las verduras ecológicas”.



Nueva campaña

Biotec Family ha comenzado la campaña hortofrutícola 2019/2020 “con mucha ilusión y algunos nuevos clientes”, indica Antonio Jesús Díaz, responsable de Marketing de la cooperativa, quien, además, adelanta que “el objetivo de Biotec para este año es mejorar la atención a los clientes, perfeccionar el trabajo y defender bien el producto de nuestros agricultores. Y es que, seguimos en el proceso de dar cada vez un mejor producto de calidad y servicio al cliente, siempre respetando el crecimiento de nuestros productores”.



Apostamos
por lo ecológico



BIOTEC Family
SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA

www.biotecfamily.com
E-mail: comercial@biotecfamily.com



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

Tel: 00 34 950 52 52 82



Hortamar prevé superar los 45 millones de kilos de producción en la campaña 2019-2020

La cooperativa amplía su producción e incorpora la línea 'bio'

□ Caterina Pak

La productora y comercializadora de frutas y hortalizas Hortamar, con sede en Roquetas de Mar, Almería, estima superar su producción, proveniente de unos 240 socios productores, en más de 45 millones de kilogramos. Entre las novedades de esta campaña se encuentra la incorporación de línea 'bio' en productos frescos y la continuación con el proyecto de productos de Primera Gama como 'Bouquet para preparar', esta última en colaboración con Anecoop. "Esta campaña hemos empezado con la producción ecológica. Obtuvimos los primeros certificados para la producción ecológica de pimiento California y tenemos en curso la certificación de fincas con tomate, pepino y berenjena", contó José Miguel López Cara, presidente de Hortamar a FH-ALMERÍA.

Hortamar ofrece una larga lista de productos en su catálogo, encabezada por pepino tipo Almería y pimiento California. Tomate rosa, tomate pera, calabacín, berenjena, papaya, maíz, pimiento



José Miguel López Cara, presidente de Hortamar.
Foto: CATERINA PAK



picante y pimiento rojo dulce son otros productos de la oferta de Hortamar para esta campaña de otoño. En la campaña de verano a estos cultivos se suman melón y sandía.

Cabe destacar que toda la superficie de producción de la empresa está cultivada bajo el sello de Producción Integrada para conseguir mayores estándares de calidad y equilibrio con el medio ambiente. Hortamar dispone de todos los certificados de seguridad agroalimentaria. Los certificados más importantes son

GlobalG.A.P, GRASP y BRC. Otro factor importante que atribuye a la calidad que garantiza Hortamar a sus clientes es el nivel de experiencia de su equipo humano. Pocas empresas del sector pueden presumir de trabajadores fijos discontinuos en el área de manipulado y envasado con más de 15 años de experiencia. Este nivel de profesionalidad de alrededor de 400 trabajadores de Hortamar es un punto más a favor del compromiso por la vanguardia de calidad, seguridad y trazabilidad agroalimentaria.

El 7 de septiembre de 2019, Hortamar celebró un almuerzo tradicional con los socios para homenajear el trabajo de la pasada campaña hortofrutícola. La empresa premió a los mejores productores del año en categorías divididas por producto.

Alberto Reyes López fue galardonado como el mejor productor de pepino; Francisco Javier López Fernández recibió el premio por la mejor calidad en tomate rosa; José Antonio Martín y Juan Jesús López Bogas fueron premiados por la calidad de sus pimientos California, Manuel Jiménez Navas y Eugenia Gádoor López Navarro destacaron en las categorías de calabacín y berenjena. Finalmente, Agrícola Fiomar se llevó el premio por la alta calidad de su tomate pera, y Cortijo de la Plata recibió el galardón por la calidad de su sandía.



El presidente de Hortamar, José Miguel López Cara, con los concejales del Ayuntamiento de Roquetas Rocío Sánchez, de Presidencia, Agricultura y Pesca, y José Luis Llamas, de Medioambiente, Ordenación del Territorio y Patrimonio. Y el resto la Junta Rectora de Hortamar S.C.A.



De izquierda a derecha Iván Rodríguez, director Delegación Anecoop Almería, Juan Segura, presidente de Coprohnijar, José Miguel López Cara, presidente de Hortamar, Alejandro Monzón, presidente de Anecoop.

■ Socios de Hortamar de varias generaciones.





Hispattec presentará sus últimas innovaciones en un stand más amplio

La firma almeriense tiene previsto dar a conocer sus últimas novedades en su producto ERPagro, herramienta que se nutre del Big Data y que es muy útil para los agricultores desde el espacio expositor C10 del pabellón 7 de IFEMA

□ **Rafa Villegas**

La empresa almeriense Hispattec participa por quinto año en Fruit Attraction. En esta ocasión, además, lo hace con un mayor espacio expositor, de 64 metros cuadrados, ubicado en el Pabellón 7 de IFEMA, en concreto en el stand C10.

Hispattec se ha consolidado tras décadas de trabajo como uno de los líderes indiscutibles en Smart Agro. La empresa aprovechará su participación en la feria para presentar sus últimas novedades en su producto ERPagro. Cabe recordar que se trata de una completa herramienta que permite controlar los costes, desde la planta, a la presencia de personal, pasando por las distintas actividades directas e indirectas, como son el manipulado, el envasado y el tra-

siego de mercancía que se realizan en un almacén hortofrutícola y los modelos predictivos de producción, calidad o maduración. Todo ello desarrollado por Hispattec Analytics y basados en la última tecnología, tanto en el Big Data como en el Machine Learning.

La empresa ha conseguido posicionarse, por méritos propios, como un auténtico referente tecnológico para el sector de las frutas y hortalizas de todo el mundo. Y es que, como cabe recordar, aunque nació hace 30 años en Almería, donde continúa su sede, la multinacional cuenta con gran presencia en otros mercados tan importantes como el latinoamericano o el norteafricano.

El objetivo de Hispattec pasa por seguir ofreciendo herramientas tecnológicas útiles al sector

agrícola. Los visitantes y expositores presentes en Fruit Attraction podrán conocer en su stand todos los productos que han posicionado a la empresa como un verdadero referente. Para ello, Hispattec desplaza a la feria madrileña a buena parte de su equipo comercial.

Hispattec ofrece al campo soluciones modulares que se adaptan a las necesidades y el tamaño de cada empresa permitiendo integrar todos los eslabones de la cadena de producción y suministro.

Entre los nuevos servicios de la empresa también destaca 'Control de Presencia mediante el Reconocimiento Facial y por Voz', herramienta que permite a los trabajadores del campo fichar a través de cualquier dispositivo móvil.



■ Espacio expositor de Hispattec en Fruit Attraction 2018.

Cultivamos productos de primera calidad



HORTAMAR
Cultivando el futuro



Somos una empresa referente en Almería con más de 40 años de experiencia en la comercialización de productos hortofrutícolas, trabajando con varios países de Europa y con producción 100% almeriense.

Carretera de Alicún, 148
04740 Roquetas de Mar
Almería - España
+34 950 33 82 05
info@hortamar.es
web: hortamar.es



ISI Sementi presenta en Fruit Attraction el tomate pera Salathor F1 y el cherry redondo Milly F1

□ fhalmería

La compañía italiana ISI Sementi, en la presente edición de Fruit Attraction, presenta su colección de productos desarrollados tanto para la producción y mercado español como para el mercado internacional.

Durante esta edición da a conocer su colección de lechugas, rúculas, espinacas para baby leaf y IV gama, sus últimas novedades en cebollas, melones, tomates etc, haciendo hincapié en las variedades de tomate que han sido creadas genéticamente, desarrolladas y adaptadas para el cultivo en la costa mediterránea pero que, asimismo, se han adaptado con un excelente rendimiento en otras zonas de cultivo y países del mundo.

En España, en su primer año, han causado una gran expectación entre los productores las dos variedades.

Salathor F1

Es la variedad de tomate pera para ciclo corto que destaca en el ciclo de otoño por su excelente precocidad y producción. Está adaptada a trasplantes precoces, ya que tiene un comportamiento y cuajado excelente con calor, aparte de ser adecuada para trasplantes tempranos. Igualmente, otra gran cualidad 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 aguante al calor, teniendo excelente adapta-



Salathor F1

ción a invernaderos de malla y aire libre, que teniendo en cuenta su precocidad, la hace una variedad muy adecuada para cultivo de verano en zonas de la sierra de Almería, Granada, Zafarraya, etc. Otros factores que han destacado de Salathor F1 han sido su color, sabor y dureza y su alto nivel de resistencias a virus, hongos y nematodos la hacen ideal para cultivos ecológicos: HR: ToMV/Va/Vd/ Fol 0-2/Pf (Ff A-E)/TSWV/. IR: TYCLV, Ma Mi Mj.

Milly F1 (ISI 82205)

La otra variedad presentada es el tomate cherry rojo redondo Milly F1 (ISI 82205), con planta muy fuerte y vigorosa y una excelente producción formando ramos muy uniformes durante todo el ciclo, tanto en su largura como en el tamaño de los frutos, pudiéndose recolectar en ramo o en suelto, si se desea. Produce frutos de 14-18 gramos de peso de color rojo brillante de excelente sabor y aroma, con muy buena consistencia y gran tolerancia al cracking. Esta variedad destaca por la sanidad de la planta y su facilidad de cul-

tivo, con muy buen comportamiento para trasplantes tempranos. Desde ISI Sementi definen este material como el cherry fácil de cultivar con gran tolerancia al rajado con excelente sabor y color. También por su alto nivel de resistencias es muy apropiado para el cultivo ecológico. Resistencias: HR: ToMV/Va/ Vd/ Fol 0-2/For/ Pf (Ff A-E). IR: TYCLV, Ma Mi Mj.

ISI Sementi también exhibirá en su stand sus otras variedades de tomate que han destacado en España, como el tomate de sabor para rama Innox F1 de calibre M, perfectamente adaptado para su recolección en ramo o en suelto. Su característica principal es su extraordinario sabor, su color rojo intenso brillante y su gran resistencia al rajado y manchado del fruto. Resistencias HR: ToMV/Va/ Vd/ Fol 0-2/For/ Pf (Ff A-E). IR: TYCLV, Ma Mi Mj.

También la variedad para ramo Botero F1 de calibre G causó gran admiración la pasada campaña tanto de otoño como primavera, destacando por su tamaño con un porcentaje muy alto



Milly F1.

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 en calor. Se adapta muy bien a los dos ciclos de cultivo de otoño y primavera proporcionando en ambos un excelente color rojo intenso y sin problemas de manchado, 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. Otro factor destacable en Botero F1 es su buena conservación tanto del fruto como del ramo, ya que no tiene problemática de que los frutos se suelten una vez están en los puntos de venta. También por su gran nivel de resistencias está muy bien adaptado al cultivo ecológico. Resistente (HR) : ToMV/Fol:0,1/For/Va/Vb/TSWV y (IR) : TYLCV/Ma/Mi/Mj.

Rosalinda F1

Finalmente no podía faltar la variedad de tomate asurcado Rosalinda F1, de tipología sorrentino, rosa de Barbastro, de excelente producción, color rosa uniforme y brillante, destacando a su vez por su extraordinario sabor dulce y su alta conservación postcosecha. Goza de una planta fuerte y vigorosa, muy bien adaptada a cultivos tanto de otoño como de primavera en la costa mediterránea.

Todas las variedades las podrán ver y degustar en el stand de ISI Sementi, en el pabellón 9, stand 9A 05.



Rosalinda F1.



Botero F1.



RELACIONES INTERNACIONALES

El World Fresh Forum presentará por tercer año consecutivo oportunidades de negocio en India, China y Singapur

Lo organiza la Secretaría de Estado de Comercio, ICEX, FEPEX e IFEMA

□ **Jessica Valverde**

En su XI edición, la feria Fruit Attraction contará, por tercer año consecutivo, con el World Fresh Forum, un espacio de networking donde se presentarán las oportunidades de negocio y los retos comerciales que existen en los países invitados en esta edición: China, India y Singapur.

La primera jornada, el día 23 de octubre, estará destinada al mercado en China. El mercado de la fruta en China se encuentra en pleno crecimiento y la capacidad productiva agrícola se está expandiendo de manera notable, con un aumento del 15% en el período 2012-2017 y un crecimiento medio del 2,8%. Las exportaciones españolas a China han crecido a un ritmo medio del 146,38% en los últimos cuatro años, pasando de 1,3 millones de euros en 2014 a superar los 29 millones de euros en 2018. Actualmente, España tiene en vigor protocolos para la exportación de cítricos, fruta de hueso y desde el mes de septiembre también para uva de mesa.

Se abre así una etapa que ofrece oportunidades de gran potencial para la exportación de fruta con protocolos ya rubricados. Es imprescindible conocer el funcionamiento del sector y las demandas específicas de los importadores de fruta. Además se analizarán las diferencias notables que existen entre China Continental y la zona especial de Hong Kong en cuanto a la entrada y exportación de fruta.

Inauguración

La inauguración de la jornada correrá a cargo de Raúl Calleja, director de Fruit Attraction; José M^a Pozancos, director general de FEPEX y Javier Serra, director general de Internacionalización de la Empresa en ICEX, y a continuación se pasará a abordar una primera

mesa redonda que girará en torno al 'Proceso de apertura de mercado chino para el sector hortofrutícola. Instrumentos públicos de apoyo a la internacionalización'. La segunda mesa redonda contempla la temática 'Claves y oportunidades del mercado chino. Diferencias entre China Continental y Hong Kong'.

La segunda jornada, el día 24, estará centrada en India y Singapur, donde el sector español cuenta con un elevado índice de concentración de las exportaciones en la UE, concentrando más del 94% del total exportado, en volumen y precio. Además, el recientemente firmado acuerdo de Libre Comercio entre UE y Singapur abre oportunidades interesantes para la fruta española de calidad.

Por su parte, el mercado de la fruta en India se encuentra en pleno crecimiento. La demanda creciente está siendo satisfecha con una producción nacional también creciente y cada vez más eficiente y con unas importaciones cada vez más relevantes. Las importaciones de fruta de India han aumentado un 35% en los últimos cinco años pasando de 2.672 M USD en 2014 a 3.327 M USD en 2018.

Exportaciones

Las exportaciones en España aumentaron un 189% en el mismo periodo, pasando de 0,8 MUSD en 2014 a 2,34 MUSD en 2018.

Actualmente, España tiene autorización para exportar a India uvas, cítricos, frutas de pepita, frutas de hueso y el caqui.

Además, en dicho seminario se analizarán con importadores locales y con empresas españolas que operan en la Región las oportunidades y retos que ofrece este mercado.

Se realizarán dos mesas redondas: 'La importancia de los mercados fuera de la UE: Pro-

ceso de apertura e instrumentos de promoción y apoyo del sector público' y 'Claves y oportunidades para el sector hortofrutícola en Singapur e India'.

Las dos sesiones se celebrarán de nueve y media a once de la mañana, finalizando con un desayuno networking con participantes.



UNA SELECCIÓN DE SABOR



Hall 9 - Stand 9A05



Botero F1
El ramo de calibre G



Salathor F1
Precocidad y producción juntas para el ciclo corto



MILLY F1*
(ISI 82205)
El cherry de sabor consistente

* nombre en inscripción

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





Top Seeds Ibérica S.L, consolidando variedades

□ fhalmería

Top Seeds Ibérica, está posicionado entre los mejores proveedores de variedades de pimiento California en los últimos años, coincidiendo con la expansión de este cultivo en el sudeste español, con un rango de oferta determinado. Top Seeds apostó por variedades muy concretas en cuanto a sus características y un alto conocimiento de las mismas, se quería evitar a toda costa la excesiva rotación y confusión que provocan algunas casas de semillas con los continuos reposicionamientos.

Para Top Arnon, el pimiento California temprano de Top Seeds, se prevé crecimiento, continúa siendo un pimiento número uno, con una estabilidad en el mercado excelente, debido a sus características, pimiento con cuatro cascós, rojo, con buen peso, y de frutos muy homogéneos que gustan al agricultor y a la comercializadora por sus altos rendimientos. La alocada introducción de variedades por parte de algunas casas de semillas ha ayudado a este crecimiento de Top Arnon, ya que muchas de las nuevas variedades han tenido problemas preocupantes de forma de fruto y coloración, que unido a los malos precios de este otoño, hayan hecho replantearse a muchas comercializadoras la incorporación de Top Arnon a sus catálogos de recomendaciones.

El dilema de Galiano

Galiano es un pimiento excelente, de características diferentes. Galiano está indicado para comercialización y calibres G, apto para aquellas comercializadoras que trabajen intensivamente el embolsado o Flow pack. Entre las características más importantes, están un calibre óptimo para agricultor y comercializador, como Francisco Maleno Sánchez, director de Top Seeds Ibérica dice, usando uno de sus dichos, "Ni falta en el banal, ni sobra en el flowpack". Y ahora viene el gran dilema de Galiano, como es de sobra conocido, en los últimos años han proliferado las variedades tolerantes a ceniza (oídio), además hasta el



■ Ginés Gómez, Francisco Maleno y Boni Bonachera.



■ Variedades de la línea de tomate Ikigai.

momento no hay marcador genético que haya confirmado esta característica de forma genética, así que hay que fiarse de las observaciones a nivel de campo. Tres años comparando variedades en campo han confirmado a nivel interno que Galiano no tiene menor tolerancia a oídio que la mayoría de las declaradas tolerantes, este es el gran dilema de Top Seeds a fecha de hoy, si deben declarar tolerantes a oídio como muchos otros, o si deben continuar con su política de prudencia valorativa.

A cada cual lo suyo

Top Seeds Ibérica, dentro del grupo integrado por Top Seeds, ha representado un paradigma de gestión y desarrollo de negocio desde el año 2014, basado en un plan de negocio bien estructurado y una asignación de recursos eficiente, bajo la dirección de Francisco Maleno, así a modo de reconocimiento al excelente equipo en España y Portugal, mencionarán variedades como:

Cordobesa: la pera de color negro de excelente sabor y características, algo único en el mercado a fecha de hoy. Esta variedad fue seleccionada en España por indicación del agricultor Antonio Maleno y fue nombrada por un amigo de la empresa y antiguo responsable de comunicación,



Miguel Alférez, que tantos buenos diseños hizo para Top Seed Ibérica y que marchó a Córdoba siguiendo a su Cordobesa.

Mini On: el mejor cherry amarillo suelto que se puede encontrar en el mercado a fecha de hoy, esta variedad fue recomendada por el antiguo gerente de producto a nivel mundial, Joel Siegal, en colaboración con el equipo español, y fue la compañera y responsable comercial para el levante, Ángeles Nieto, quien muy acertadamente nombró esta variedad.

Salmerón: un excelente tomate cuello negro, productivo y resistente, que se adapta a cualquier clima y circunstancias. El compañero Víctor Romera nombró Salmerón por los salmerones de Los Gallardos, grandes cultivadores de tomate.

Y ya para acabar, la joya de la corona:

Galiano: aquí una especial mención a un amigo y antiguo director de Top Seeds México, Jorge Benítez, que en colaboración con el director en España, Francisco Maleno, promocionaron esta excelente variedad de pimiento para



Diferentes tipos de tomate Ikigai.

Almería, y para que no surja duda sobre el nombre, es un pimiento de Las Norias de Daza, y no se llama Galiano por el diseñador de moda, sino por los parajes de Las Norias 'Galiana', 'Galianilla' y ahora Galiano, en reconocimiento a los agricultores del Poniente.

Isidro: su pepino midi o Pérsico, promocionado comercial en Almería para el resto de Europa y que nombró muy acertadamente el director de producto, Bonifacio Bonachera, ya que fue en Níjar, para ecológico y exportación a países nórdicos la promoción de este pepino. Que, por cierto, en cultivos de ecológico tiene un

comportamiento al mildiu excelente, en comparación con el resto de variedades del segmento.

Amai e Ikigai: Aquí se quitan literalmente el sombrero en Top Seeds Ibérica ante su experto en Genética y Biología, Ginés Gómez, aunque se conoce más en su faceta comercial. Él fue artífice de los conceptos y marcas que a fecha de hoy son el buque insignia del futuro de la empresa a nivel mundial. Amai es la línea de pimientos de sabor e Ikigai es la línea de tomates de sabor.

Oremus: Se trata del marman-de negro, rico rico. Aquí el compañero de Murcia, José Luis More-



Top Seeds es un gran aliado de la innovación.

no, gran sumiller entre amigos, nombró este tomate como una rareza entre los tomates, al igual que Oremus es una rareza entre los vinos.

Aun así un largo listado que incluye al total de los miembros del equipo y a muchos amigos y colaboradores, que ellos saben perfectamente quién son, y

a los que les están muy sinceramente agradecidos por hacerles siempre bienvenidos en su casa y compartir con la empresa todo su buen saber hacer y conocimiento.

Y sin más, como remató Maleno, "damos paso a nuevos tiempos, tras una etapa excelente, y veamos qué nos depara el destino".

Cordobesa

el tomate de innovación y sabor



Ginegar Ibérica fabrica plásticos inteligentes con los que potenciar el crecimiento de los agricultores y sus cultivos

El compromiso de la empresa permite que aspire a la excelencia, la calidad, la fiabilidad y la flexibilidad

□ fhalmería

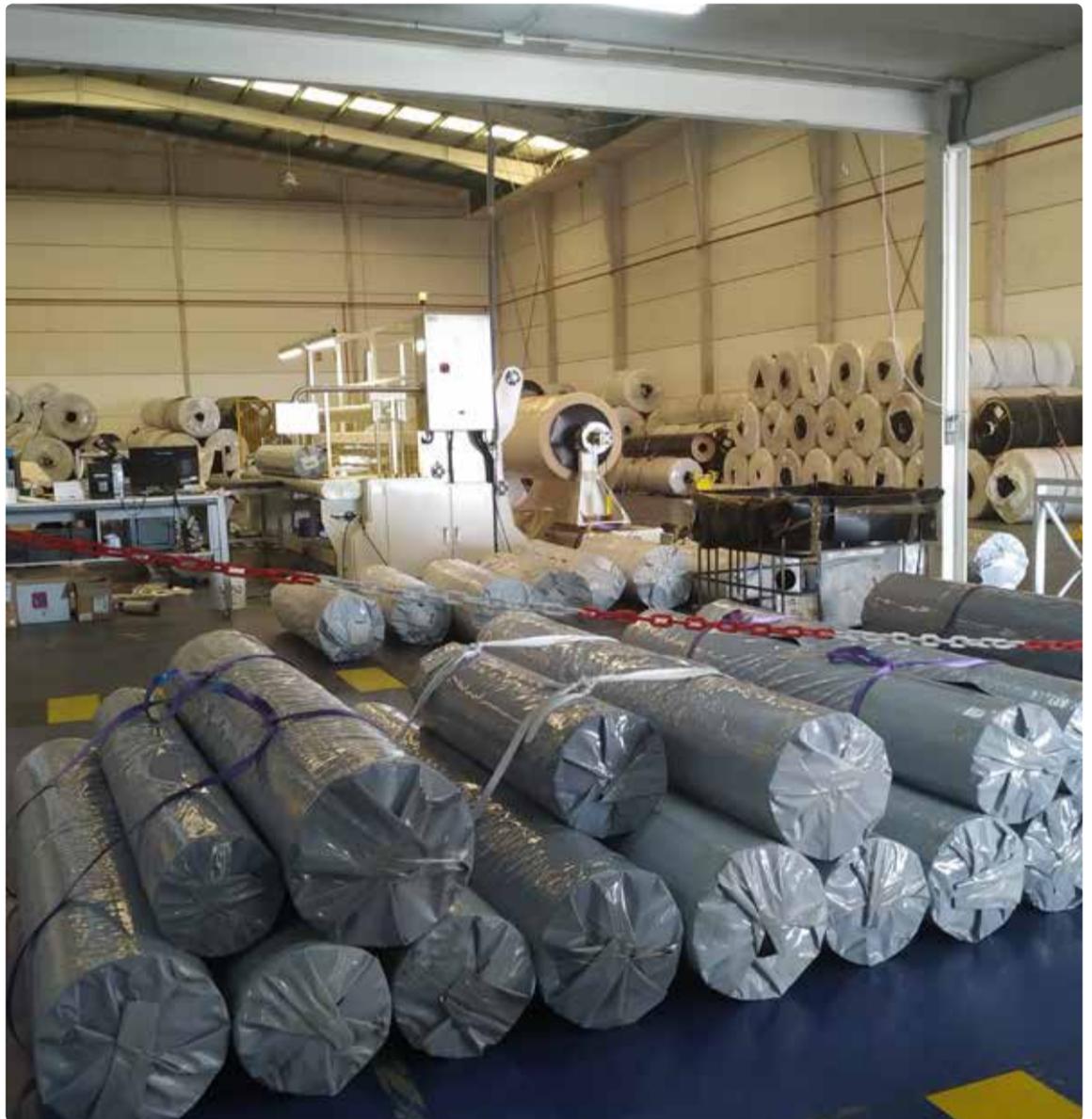
Fundada en 1969 en Israel, Ginegar Plastic Product es hoy un fabricante de cubiertas inteligentes para aplicaciones intensivas en agricultura y horticultura y pionero en la tecnología de 5, 7 y ahora 9 capas.

En Ginegar Ibérica, S.L., “estamos dedicados a conocer las necesidades de nuestros clientes y a potenciar su crecimiento. Este compromiso impulsa todo lo que hacemos y hace que aspiremos a la excelencia, la calidad, la fiabilidad y la flexibilidad”, explican desde la empresa.

Centrados en la innovación tecnológica y la excelencia operativa, “ofrecemos soluciones innovadoras y personalizadas” para mejorar la productividad y opti-

mizar y gestionar la luz, el clima, las condiciones de crecimiento y los recursos. “Todos nuestros productos son la culminación de procesos creativos de desarrollo, de tecnologías avanzadas y de materiales de primera calidad”.

Ginegar fabrica cubiertas inteligentes (como la que garantiza la visión de los polinizadores desde el primer momento) que poseen características mecánicas, ópticas y térmicas que aseguran una excelente resistencia a condiciones climáticas hostiles, una penetración de la luz controlada, una mejor resistencia al polvo y una menor actividad de plagas que las hacen únicas e ideales para mejorar el crecimiento y la producción. A su vez ejerce una protección inmejorable al cultivo aportando soluciones a los productores de todo el mundo.



Salas de reuniones a disposición de expositores y visitantes

Con este servicio, la feria pretende facilitar las relaciones comerciales

□ J. V. S.

Los expositores y visitantes participantes en Fruit Attraction 2019 podrán beneficiarse del nuevo servicio Express Meeting Rooms For Rent, mediante el cual podrán reservar salas de reuniones dentro de los pabellones y en el momento que se desee durante la estancia en la feria.

La organización pone a disposición de los profesionales un total de diez salas, situándose cinco en



el pabellón número tres y los cinco restantes en el pabellón número diez. Podrá disfrutarse del alquiler de cualquiera de estas salas

durante, como máximo, una hora. La intención de la organización de la feria de agricultura intensiva Fruit Attraction es que, me-

dante este servicio, puedan facilitar y acompañar tanto a visitantes como a expositores en su proceso de acercamiento y negocio, fomentando con ello las relaciones comerciales.

Además, se ha renovado la página web de la feria, en la que se han añadido nuevas funcionalidades que hacen más fácil el acceso y la usabilidad a visitantes y expositores. Con su diseño y su nuevo sistema de gestiones de contenidos ofrecen experiencias online contextualizadas y

personalizadas, así como optimizar la participación e interacción de los usuarios, quienes podrán acceder a toda la información de Fruit Attraction -listado de expositores, horarios, ubicación, áreas-, además de poder estar informados de todas las novedades que las empresas expositoras presentarán, consolidándose este renovado canal digital como uno de los pilares indispensables para generar un vínculo sólido entre la feria y sus expositores y visitantes.



Nunhems® invita al sector a unirse al movimiento para un mañana mejor

La filial de semillas hortícolas de BASF participa en la undécima edición de Fruit Attraction con el objetivo de promover el consumo de frutas y hortalizas, contribuyendo así a mejorar la sostenibilidad del planeta

“**fhalmería** Producimos y comercializamos semillas con las que, posteriormente, se cultivan vegetales, frutas y hortalizas que tienen importantes beneficios para la salud”. Así lo afirma Francisco Solera, Country Sales Manager de Iberia de BASF Vegetable Seeds, y añade que este es, precisamente, el mensaje que quieren transmitir en esta edición de Fruit Attraction, que tiene lugar del 22 al 24 de octubre en Madrid.

Bajo el eslogan ‘Únete al movimiento para un mañana mejor’, Nunhems®, filial de semillas hortícolas de BASF, reúne estos días en su espacio expositor (pabellón 7, stand 7D15) a profesionales de todos los eslabones de la cadena agroali-

mentaria para hacerles partícipes de su plan de futuro y, juntos, dar respuestas a las demandas del consumidor actual.

Sostenibilidad

Mantener una alimentación saludable o los productos ‘convenience’ son tendencias claras a las que se une la preocupación por la preservación del medio ambiente y la sostenibilidad. Y las frutas y hortalizas son la respuesta.

Y porque no basta con decirlo, hay que creerlo. Nunhems® ofrece durante la feria una serie de platos a base de frutas y hortalizas: smoothies de pepino, espinaca y kiwi, sandía con chocolate negro al 85% o salteado de alcachofas con garbanzos y queso feta son solo algunas de las recetas que podrán degustar



Expositor de Nunhems® en la edición anterior de Fruit Attraction.

quienes visiten su stand. “Queremos poner en valor la importancia de una alimentación sana y fomentar el consumo de frutas y hortalizas”, comenta Solera e insiste en que “todos, casas de semillas, agricultores, distribuidores... proveemos al mundo de alimentos saludables y contribuimos a la sostenibilidad del planeta”.

En base a todo esto, BASF Vegetable Seeds quiere compartir con sus clientes todos sus conocimientos sobre este nuevo consumidor consciente y mostrarles las múltiples posibilidades que ofrece la mejora varietal para satisfacer sus nuevas necesidades. “Todo nuestro equipo se esfuerza en inspirar a los socios de la cadena hortícola y lograr que se unan al movimiento”, concluyó Solera.

nunhems®

BASF
We create chemistry

Estamos listos para unirnos al movimiento, ¿Y tú?

RESERVA LA FECHA:
Fruit Attraction 22 | 23 | 24 de octubre
Pabellón 7. Stand 7D15

¡Únete al movimiento para un mañana mejor!
¡Te esperamos!



fruit attraction



Rijk Zwaan innova con sus tendencias más 'healthy' para el nuevo consumidor universal

La multinacional de semillas lleva a Madrid propuestas innovadoras, saludables y con un alto valor diferencial para que los visitantes profesionales disfruten de nuevas experiencias gastronómicas

□ Elena Sánchez

Rijk Zwaan continúa con su fuerte apuesta por la innovación y la creatividad para seguir potenciando el consumo de frutas y verduras entre los consumidores. En este sentido, para la nueva edición de Fruit Attraction, la multinacional de semillas vuelve a fijarse como objetivo atraer al visitante profesional con multitud de propuestas saludables y con un alto valor diferencial que están en pleno auge a nivel mundial. Durante la Premier realizada por la firma holandesa días antes de la feria hortofrutícola, Alberto Cuadrado, responsable de proyectos de cadena de Rijk Zwaan, hizo referencia a la importancia que están tomando, cada vez más, los productos de conveniencia y snacks, así

como también destacó la nueva línea 'On the go', productos listos para consumir en cualquier momento y lugar. Dentro de esta línea, destacan propuestas como Deliquia RZ y Sugarino RZ, cherries de excelente sabor o el pepino mini MyCubies®, snack fresco y saludable que sirve de base para mix con otros ingredientes. Dentro de este concepto, se adelantó que se ha renovado la tapa de las tarrinas pasando a ser esta termosellada, con el fin de ir eliminando el plástico. Dentro de la línea 'On the go', también se encuentran los famosos 'wraps' con Lechuga Snack, que a día de hoy se pueden encontrar en diferentes canales como vending y aeropuertos, y las nuevas variedades de pimientos snack que cierran una línea fresca y sabrosa que se adapta al nuevo consumidor.



Durante los tres días de Fruit Attraction, en el stand de Rijk Zwaan habrá una cabina en la que se llevará a cabo un concurso donde se medirá el 'crunch' más potente de la feria.

Knox™

Knox™ también estará presente este año en el stand de la multinacional de semillas y, junto a este concepto, que ya fue premiado en Fruit Logística, se podrá encontrar una de las principales novedades de la nueva edición, la línea Salanova® Teen Leaf, un producto a medio camino entre la hoja baby y la hoja madura, que se puede trasplantar a mayor densidad y recolectarse mecánicamente.

Spicy Sparkle

Otra novedad será Spicy Sparkle, una nueva hoja que aúna lo mejor del canónigo y la rúcula. Con un sabor único (toque picante), se presenta de la mano de Vertical Farming, como se va a mostrar en Fruit Attraction. De hecho, esta novedad se presenta como candidata a los Premios Accelera a la innovación y el emprendimiento.

El público profesional tendrá la oportunidad, de nuevo este año, de degustar la cuchara más crujiente, sabrosa y dulce con distintos toppings (Lechuga Snack®) en los stands de las empresas comercializadoras, así como en el Food Truck ubicado en el pasillo central entre los pabellones 5 y 6, donde también los visitantes podrán descubrir el sabor más dulce de SweetPalermo®, que estará acompañado

de la nueva campaña The Sweet Effect con la que se destacará el alto contenido de vitamina C de este producto.

Además de esto, en tomate ensalada se presentará Ty12 RZ, un tomate ensalada de gran sabor; en el segmento de coles, la mini col picuda dulce Cabbisi®, indicada para consumo en ensalada, y las lechugas FunTastyCos™, que traerá nuevas variedades. Igualmente, Elfy™, el apio mini sin hebras y muy dulce, así como el concepto Longvita (el nuevo concepto de variedades de calabacín que se mantienen más frescos durante más tiempo) y Ready to eat, nuevo concepto que permite ofrecer más garantías en el mercado de melón charentais y gracias al cual se ofrecen claves concretas que indican al productor cuándo cosechar.



¡LIBERA TU ENERGÍA!

The Sweet effect

RICO EN VITAMINA C



La vitamina C es un nutriente que fortalece el sistema inmunitario, mejora el estado de ánimo y aporta mucha energía a nuestro organismo. ¿Sabías que **Sweet Palermo** es especialmente rico en esta vitamina?

Descubre *#TheSweetEffect*



22-24 OCT 2019

Stands en Pabellón 9



Food Truck

Pasillo exterior entre pabellones 5 y 6



Descubre *#TheSweetEffect*
Descubre **Sweet Palermo**



Sweet Palermo®
www.sweetpalermo.com



Semilleros Saliplant aplica numerosas medidas de profilaxis para obtener plantas de máxima calidad

□ fhalmería

En la actualidad, uno de los mayores problemas en la agricultura a nivel mundial es la aparición de virosis y enfermedades, que merman los rendimientos de las distintas variedades hortícolas que se establecen en nuestra zona. En estos momentos, las dos soluciones más eficaces en la lucha contra las distintas enfermedades son el uso de variedades resistentes y la eliminación de los vectores de transmisión. En semilleros Saliplant aplican numerosas medidas de profilaxis para poder obtener plantas de máxima calidad.

En el primero de los casos, como semillero, “nos debemos adaptar a la demanda del cliente, por lo que el uso de variedades que presenten resistencias depende, en la mayoría de los casos, de las necesidades del cliente”. Aun así, las casas de semillas hacen importantes esfuerzos para incluir cada vez más y mejores resistencias en sus variedades comerciales.

En el caso de Saliplant, el semillero siempre hace uso de semilla certificada procedente de casas de semillas con los más altos estándares de calidad, siendo garantía no solo de calidad genética, sino también fitosanitaria. Es el primer paso para garantizar la obtención de plántulas de calidad libres de cualquier problema fitosanitario.

Para evitar el contacto de los distintos vectores transmisores de enfermedades, en el semillero se toma una serie de medidas en todos los niveles de producción. La primera medida adoptada es el uso de turba certificada, “lo que



nos garantiza un sustrato libre de patógenos. También se procede a desinfectar el agua con el que se realizará el riego durante la crianza de la planta”, explican desde el semillero.

El siguiente paso es la desinfección de las bandejas una vez han sido usadas por los clientes, así como el uso de fundas de plástico de un solo uso para evitar que la turba esté en contacto directo con la bandeja. Para ello se dispone de una maquinaria específica que sumerge las bandejas en un desinfectante y las seca posteriormente mediante un proceso bandeja a bandeja y totalmente automatizado para asegurar su total desinfección.

La hermeticidad de los invernaderos es también un punto fundamental, por ello, para evitar la entrada de insectos, se emplean mallas de última generación como barrera física y sistemas de doble puerta con ventilador. Con este sistema evitamos que dos puertas estén abiertas al mismo tiempo, impidiendo así la entrada de insectos. El ventilador generará además una corriente de aire que imposibilitará la entrada del in-



■ Medidas de profilaxis en las visitas al invernadero.

secto que se encuentre en la sala previa al interior del invernadero.

Dentro del invernadero, se hace uso de métodos de producción integrada, como el establecimiento de cultivos Bánker y la li-

beración de fauna auxiliar para control de posibles plagas. Esto ayuda a limitar el uso de insecticidas en la planta, evitando la aparición de resistencias.

En lo referente a las visitas de agricultores, se utiliza equipamiento estéril. Previa entrada al semillero se dispone de un pediluvio con desinfectante para eliminar cualquier posible patógeno que pueda venir adherido a la suela del calzado. También se hace uso de bata, guantes y patucos con el fin de evitar problemas fitosanitarios que puedan transmitirse por contacto.

Todas las medidas anteriores también se hacen extensibles a los distintos procesos que sufre la planta durante la crianza (repicado, injerto y despunte quizás sean los más significativos). Por ello, desde Saliplant han implantado protocolos muy estrictos que incluyen: desinfección de la cuchilla en continuo durante el injerto, desinfección de las superficies donde se injertan las bandejas a cada bandeja, uso de una cuchilla y par de guantes por partida, desinfección de los accesos a las zonas de injerto y cámaras de pren-

dimiento, desinfección de cuchillas y manos a cada bandeja despuntada, etc. Todo ello sin olvidar la inversión que realizan para obtener el apoyo externo necesario para garantizar la mejor sanidad de la planta.

En Semilleros Saliplant “consideramos que la mejor medida para obtener una planta de la máxima calidad pasa por realizar una inversión en medidas profilácticas y prevención, porque la mejor forma de evitar un problema consiste en anticiparse”.

Nuevas instalaciones

Por ello, además de todas estas medidas, en Semilleros Saliplant “estamos orgullosos de anunciar la inminente apertura de nuestras nuevas instalaciones. Una ampliación de una hectárea en el semillero de Carchuna que viene a introducir un mayor espacio que nos permitirá mantener la creciente demanda, no solo de una manera sostenible, si no incorporando mejoras con un impacto directo en la calidad final de la planta. Este salto cualitativo nos permitirá aumentar en un 50% la capacidad de injertado, siguiendo nuestra apuesta, 30 años después, en este proceso que se ha demostrado como el mejor y más fiable para el agricultor. Con esta ampliación estrenamos también una nueva imagen para nuestra empresa, que expresa nuestros valores y nuestro compromiso con el campo y con el futuro. Estrechando cada vez más el puente que une la tecnología y la agricultura, avanzando para que cada día formen más parte la una de la otra, trayendo al presente la agricultura del futuro”, concluyen desde la empresa.



Miraplant, empresa especializada en plantas ornamentales que aúna calidad y experiencia

La firma también cuenta con plantas aromáticas y destina siete hectáreas a la producción de pimiento

□ fhalmería

Son más de 15 años los que Miraplant lleva ofreciendo sus servicios. Desde que la empresa nació en el año 2003, en El Mirador, población perteneciente a San Javier, Murcia, no ha cesado en su afán por aumentar continuamente su producción. Está especializada en una amplia variedad de plantas ornamentales, a las que se suma la producción de pimiento, que llevan a cabo en siete hectáreas.

En sus instalaciones trabajan una media de 20-30 personas, de las que entre 10 y 12 son las encargadas de centrarse, en exclusividad, en la zona del vivero.

Miraplant ofrece un gran abanico de ornamentales, siendo Ma-



drid y el norte de España donde se concentra su principal cartera de clientes. Entre sus productos más destacados se encuentra la poinsetia, de la que se producen en torno a 90.000 unidades de todos los formatos, desde un macetero del 12 a una poinsetia de copa. Otro de los productos estrella de la empresa es el pelargonio, con unas

70.000 unidades de producción de todos los colores, que puede encontrarse entre los meses de octubre a junio. También destaca la cantidad de rosales que producen, disponible a partir del mes de febrero y durante toda la primavera.

FHALMERÍA habló con uno de los responsables de la empresa, Francisco Javier Sánchez, quien

explicó que “nuestra intención es ir aumentando la cantidad de ornamentales”.

A esto añadió que “nuestro afán de superación se refleja tanto en la calidad del producto y el servicio personalizado como en la cercanía y confianza que ofrecemos al cliente”.

Una de las fortalezas con los que cuenta Miraplant es que dispone de la última tecnología, gracias a la que puede, entre otras ventajas, conocer los parámetros del cultivo al instante, además de poder garantizar la calidad del producto que ofrecen, cumpliendo, así, con las expectativas del cliente.

Miraplant cuenta con un amplio catálogo en el que se incluyen distintas plantas ornamenta-

les, como petunias, margaritas, begonias, calas, dalias, dipladenias, galán de noche, geranios, gitanillas, hortensias o verbena, además de otras muchas.

Otro de sus productos a destacar son las plantas aromáticas, entre las que sobresalen la albahaca, hierbabuena, lavanda, menta, tomillo, romero o perejil. En la web de la empresa se puede acceder al catálogo completo de productos con los que cuenta Miraplant, www.horticulturamiraplant.es



CALIDAD ANTE TODO

ESPECIALISTAS EN PLANTA ORNAMENTAL

En HORTICULTURA MIRAPLANT el trato que recibe la planta tanto a nivel humano como tecnológico hacen que nuestro producto sea el idóneo incluso para los más selectos demandantes.

horticultura
miraplant

Avda. De Los Pinos km. 1.6
30739 El Mirador - Murcia
Info@horticulturamiraplant.es
T. +34 656 784 944



La feria apuesta por el Flower & Garden y lo traslada al Pabellón 6 con más espacio

Este subsector compartirá protagonismo con el 'Ecorganic Market', una innovadora muestra de productos orgánicos

□ **Rafa Villegas**

El éxito del segmento del Flower & Garden ha hecho que la organización de Fruit Attraction traslade la iniciativa a un pabellón mucho más espacioso y vistoso, como es el número 6. Las flores y plantas ornamentales compartirán protagonismo con el 'Ecorganic Market', una muestra de productos orgánicos.

Las razones que llevaron a la organización de la feria, a cargo de IFEMA y FEPEX, a apostar por incluir el subsector de las flores y plantas ornamentales en Fruit Attraction son el creciente interés por esta rama por parte de los visitantes al evento -el 7,8 por ciento lo demandó-, así como la importancia de este sector para el territorio nacional. Y es que, como explicaron desde el evento ferial, España es el país de la Unión Europea que más ha aumentado las importaciones de flores y plantas en los últimos tres años. Además, España tiene un potencial de crecimiento muy importante en el consumo de flores y plantas.

Por todo ello, Flower & Garden vuelve a convertirse, como



Parte del espacio dedicado al Flower & Garden en Fruit Attraction 2018. /RAFA VILLEGAS

explican desde la feria madrileña, en el "instrumento sectorial al servicio del sector profesional de flores y plantas". Se trata, por lo tanto, de una cita ineludible para toda la cadena de valor de este sector con objetivos tan claros como continuar ampliando y profundizando los canales de ventas de cadenas de supermercados, centros

de jardinería y bricolaje, en el mercado nacional y en el internacional.

Desde Fruit Attraction tienen muy clara la misión del Flower & Garden, que no es otra que "desarrollar, fomentar e impulsar toda la cadena comercial de la industria verde con el objetivo de posicionar el sector ampliando la oferta

y promoción del consumo de flores y plantas".

Perfil de los expositores

En cuanto al perfil de las empresas expositoras en el Pabellón 6, concretamente en el Flower & Garden, desde Fruit Attraction destacan los productores de flor y planta ornamental, mayoristas y

comercializadores de flor y planta, empresas y fabricantes de sustratos, fertilizantes, semillas, fitosanitarios, abonos, riegos, climatización, logística..., además de las distintas empresas auxiliares y de servicios.

Origen de los visitantes

En cuanto al origen de los visitantes profesionales, el 70,9 por ciento procedían en la pasada edición de la feria del Viejo Continente, un 10,1 por ciento de Centroamérica y Sudamérica, el 7,6 por ciento de Medio Oriente y Norte de África, 4,88 por ciento de Asia, 4,2 por ciento de Norteamérica, así como el 2,1 por ciento de África y el 0,22 por ciento restante de Oceanía.

Perfil del visitante

El perfil del visitante profesional suele centrarse en hipermercados y supermercados, además de en mayoristas comercializadores de flores y plantas ornamentales, importadores, centros de jardinería (canal especialista), así como empresas de bricolaje.

Entre las empresas almerienses participantes destacan Semilleros Laiumund y Joepasur.

Andalucía lidera las exportaciones de flor y planta viva en España

Las ventas al exterior de ornamentales y flor de Almería suben un 45%

□ **R. V. A.**

Andalucía lidera las exportaciones de flor y planta viva en España con un crecimiento en 2018 del 21 por ciento, hasta los 104 millones de euros, con respecto al año anterior. Según los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, le sigue la Comunidad Valenciana, con 99 millones de euros y un incremento del 13 por ciento, así como Cataluña, con 70 millones de euros y un 2 por ciento más.

Los datos son más que positivos en el caso específico de la

provincia de Almería. Y es que, según los datos elaborados por FEPEX, las ventas al exterior de planta viva se elevaron a 32,2 millones de euros en 2018, lo que supone un crecimiento del 45 por ciento con respecto al año anterior. A ello se suma el crecimiento experimentado también en el mismo período comparativo de la exportación de flor cortada, con 2,5 millones de euros, un 29 por ciento más.

Para FEPEX, este significativo incremento de la producción y exportación de flor y plantas ornamentales en Almería se debe a la "diversificación que están

llevando a cabo productores hortícolas de la provincia".

Con estos datos, el peso de Almería en el conjunto de España en exportación de planta viva es de casi el 8 por ciento.

En cuanto al destino de las exportaciones españolas de flores y plantas ornamentales, FEPEX destacó que el 75 por ciento del total tuvo como destino en 2018 la Unión Europea, lo que supone un 10 por ciento más que el año anterior.

El principal destino de los envíos del conjunto del país fue Francia, por un valor de 102 millones de euros y un aumento del



Dipladenias en las instalaciones de Joepasur, en El Ejido. /R. V. A.

14 por ciento respecto a 2017. Le sigue Países Bajos, con 65 millones de euros y un 19 por ciento más, así

como Portugal, en este caso con 37 millones de euros y un crecimiento del 11 por ciento.



Semilleros Laimund y Joepa Sur lideran la producción nacional de dipladenia

Tras el éxito de la primera edición del Flower & Garden, la empresa repite este año con un stand en el Pabellón 6 de Fruit Attraction, el 6C02

□ Rafa Villegas

Fruit Attraction decidió el pasado año darle su espacio al sector de la flor y la planta ornamental con la puesta en marcha del 'Flower & Garden'. El éxito cosechado hizo que en esta nueva edición la organización haya destinado más espacio a esta propuesta, pasándolo del pabellón 1 al 6. Semilleros Laimund repite participación con un llamativo espacio expositor, el 6C02.

Participación en la feria

Semilleros Laimund y Joepa Sur aprovecharán su participación con stand propio en el 'Flower & Garden' de Fruit Attraction para recibir a sus numerosos clientes, así como atender a todo aquel que esté interesado en formar parte de su amplia cartera.

Semilleros Laimund y Joepa Sur se han hecho un importante hueco como productores de plantas ornamentales en el territorio nacional, la inmensa mayoría para exportación. Es más, entre las dos empresas lideran la producción de dipladenia en España con un total de hasta 20 hectáreas destinadas a su cultivo. Esta flor es, sin duda, una de las favoritas por los europeos para llenar de colorido sus balcones en primavera.

Además de dipladenias, que las trabajan en más de 45 forma-



El gerente de Semilleros Laimund, Francisco Luque, en el stand de 2018 en Fruit Attraction. /R. V. A.



Dipladenias de Joepa Sur. /R. V. A.

tos, colores y formas distintas, también producen otras plantas como la Zantedeschia, tomate ornamental, pimientos de distintos colores y, por supuesto, las tradicionales poinsetias de cara a la Navidad. En este último caso, Francisco Luque, gerente de Semilleros Laimund y presidente de Joepa Sur, explicó a FHALMERÍA que producirán en torno a 120.000 unidades este año en los formatos 12 y 14.

En cuanto a los principales mercados de destino de las plantas ornamentales y flores de Semilleros Laimund y Joepa Sur, Luque destacó el alemán, el francés, el belga, así como el holandés y el suizo.



Poinsetias en las instalaciones de Joepa Sur. /RAFA VILLEGAS

Ampliación

Cabe recordar que Semilleros Laimund duplicó el espacio de su delegación de Níjar en el mes de noviembre del año pasado, pasando de las 4 hectáreas de las que disponía a un total de 8. Con esta ampliación, Luque explicó que "damos respuesta a nuestros clientes habituales y a los potenciales".

Cabe recordar que Semilleros Laimund lleva, además, más de 30 años al servicio del agricultor, ofreciéndole las mejores plántulas e injertos de hortícolas. La empresa cuenta con las certificaciones de calidad más importantes, como los de AENOR, IQNet, Agrocolor y MPS-GAP-SQ.

"Producir buena planta es difícil, pero no imposible"

Visite nuestro Stand
flower&garden
attraction PABELLÓN 6
STAND 6C02

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
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 mayor edición de su historia

Del 22 al 24 de octubre IFEMA acogerá a 1.800 expositores y a 90.000 visitantes de 135 países

□ Carlos Gutiérrez

En la undécima edición de Fruit Attraction, al igual que las diez anteriores, la organización hace hincapié en renovarse cada año, y espera que la edición de 2019 sea la mayor de toda su historia.

Fruit Attraction 2019 espera celebrar del 22 a 24 de octubre en IFEMA la mayor edición de su historia con un crecimiento en la superficie expositiva del 10,8 por ciento en relación con el año anterior. Según las previsiones del director de Fruit Attraction, Raúl Calleja, este año acogerá a 1.800 expositores y a 90.000 visitantes de 135 países

distintos. En la reunión del Comité Organizador y Asesor de Fruit At se avanzó el programa de jornadas técnicas, entre las que destaca el IV Congreso Internacional de Fruta de Hueso, Stone Fruit Attraction, Biofruits Congress, y Biotecnology Attraction, así como dos jornadas específicas sobre Singapur e India.

Estos países son los importadores invitados de este año, que se desarrollarán en el marco del World Fresh Forum, un espacio de networking empresarial que, organizado junto con el ICEX, abordará las relaciones comerciales entre estos países y permitirá presentar las oportunidades de negocio. El evento World

Fresh Forum, el cual se celebra por tercer año consecutivo, se llevará a cabo el 23 y 24 de octubre, segundo y tercer día de feria en la sala de Prensa de IFEMA. Respecto a Singapur, país invitado, se trata de uno de los mayores importadores agroalimentarios de Asia con un valor que asciende a 680 millones de dólares en 2018.

Respecto a los espacios que la organización pone a disposición de los clientes y visitantes, como es el caso del espacio Smart Agro, un área especializada para empresas de soluciones tecnológicas en agricultura de precisión, donde todos los técnicos del ámbito de la producción agroindustrial tendrán su cita.

La gestión del agua, un desafío para las nuevas tecnologías

□ C. G. G.

Fruit Attraction 2019 acogerá la jornada AWM (Agriwater Management) en la que se debatirá sobre la gestión del agua en hortofruticultura. Una sesión que se celebrará el 24 de octubre, en un horario de 10:00 a 14:30 horas, en el Fruit Forum del pabellón 4. La jornada se denomina 'La gestión

del agua en hortofruticultura', e intentará abordar los desafíos de las nuevas tecnologías en la gestión del agua en hortofruticultura.

Alguno de los temas a tratar en el debate serán las soluciones innovadoras destinadas a la hortofruticultura en reutilización y desalación, exponiéndose casos de éxito notables llevados a cabo por líderes del sector. En AWM

se abordarán otros temas como las principales amenazas que afrontan los países del mediterráneo que son el cambio climático y la feroz competencia internacional. En ese sentido, los productores que deseen seguir siendo competitivos necesariamente han de implementar soluciones orientadas a mejorar la productividad de sus cultivos, y que sean sencillas de gestionar.



La App de Fruit Attraction. /FHALMERÍA

La App de Fruit Attraction, toda la información al alcance de la mano

Esta aplicación es la medida más eficaz para aprovechar al máximo los tres días de feria

□ C. G. G.

La aplicación oficial de Fruit Attraction 2019 permitirá a sus usuarios conocer el catálogo completo de empresas y expositores, así como las actividades que se realizarán durante los días de feria. La aplicación de Fruit Attraction además contiene distintas funcionalidades como un plano interactivo para poder ubicar a cada uno de los expositores dentro de la Feria.

La App ofrece también información general como accesorios, precios de los diferentes servicios, horarios, incluso indicaciones de 'cómo llegar'. Además, se da la posibilidad al usuario que utilice la funcionalidad 'Favoritos' para

que pueda señalar las empresas de su interés, así como la conexión con los perfiles de la Feria con las principales redes sociales de Fruit Attraction que son instagram, twitter y facebook.

El objetivo principal es que todos los invitados, participantes y visitantes de Fruit Attraction puedan disfrutar de la feria de un modo organizado, en el que la selección de actividades y el tiempo destinado a ver expositores se optimice de la mejor forma posible.

Año a año, Fruit Attraction acerca a sus visitantes, y los convierte en participantes activos, en este caso, con la app los asistentes a la feria podrán abarcar el amplio abanico de posibilidades que ofrece Fruit Attraction 2019.





AGROIRIS
Esfuerzo y confianza



Agroiris: calidad y liderazgo en pimiento



Agroiris se impone en el mercado europeo con 80 millones de kilos de pimiento

□ fhalmería

Agroiris, con una producción de 80.000 millones de kilos de pimiento, se ha convertido en una de las grandes productoras y exportadoras de Almería de esta hortaliza. Desde sus inicios, hace veinticinco años, empezó a desarrollar su especialización en este tipo de cultivo y hoy sirve al mercado europeo pimientos de todo tipo y variedades en diferentes colores y tamaños. Entre sus clientes figuran las grandes plataformas europeas de la alimentación, así como entidades de enorme prestigio en el mundo de la alimentación vegetal al otro lado del océano en Canadá y Estados Unidos, principalmente.

La apuesta por el pimiento ha dado prestigio a la firma y un enorme resultado en términos de rentabilidad a los agricultores socios de esta entidad. La estrella de los pimientos para esta empresa ha sido el pimiento tipo California en color rojo, fundamentalmente, verde, amarillo y naranja, amén de otras variedades que se han comercializado de forma testimonial como pimientos morados o negros.

La pasada campaña, la empresa que dirige Javier Díaz en colaboración con Juan Antonio Díaz Planelles, comercializó, nada menos que 59 millones de kilos de



pimiento California en todas sus variedades, tipos y colores y en diferentes formas de presentación en los lineales de los supermercados de toda Europa y América del Norte.

Estas cantidades se vienen repitiendo desde hace varios años y es por ello que Javier Díaz ha

puesto en marcha un ambicioso proyecto para hacer una macro línea de manipulado que supere cualquier estructura conocida hasta el momento. Para ello ha sido preciso poner de acuerdo a cinco empresas de robótica y mecanización del manipulado para poderla desarrollar.

Máquina de manipulado

Con la nueva estructura para seleccionar, clasificar y empaquetar pimientos, la dirección de Agroiris busca varios objetivos: el principal es abaratar los costes del manipulado, a la vez que se le da un mejor servicio al cliente ofreciendo un producto acabado mejor presentado y correctamente seleccionado. Por otra parte, los productores se van a beneficiar gracias a que los tiempos de confección se acortan considerablemente al disponer Agroiris de mayor capacidad de manipular importantes cantidades de producto en momentos clave de la campaña, por ejemplo, los días previos a las fiestas navideñas donde la demanda es mucho mayor que en otras épocas del año. Asimismo, acortando las horas de espera, el producto llega al cliente final mucho más fresco siendo casi inapreciable la posible pérdida de calidad. Una mayor infraestructura para servir los pimientos a los lineales de los supermercados acorta el tiempo entre el corte del fruto y el instante que puede ser consumido por el cliente final.

Pedro Martínez Melgares, responsable del departamento técni-

co de Agroiris, ha comentado que “para el trabajo que hace esta empresa con el pimiento son fundamentales las variedades que pone a nuestra disposición empresas como Rijk Zwaan que tiene unos California excepcionales”. Asimismo, ha indicado que “valoramos mucho que son pimientos que tienen buena pared y una excelente forma, me refiero a variedades como Nirvin RZ, Claque RZ o Souleria RZ, por citar algunos, pero hay otras variedades que se adaptan muy bien a la forma de cultivar y al tipo de explotación que tienen nuestros socios”.

En otro orden de cosas, Martínez Melgares ha añadido que “entre nuestros agricultores y nosotros los técnicos valoramos mucho la resistencia a ceniza y eso nos permite ofrecer pimientos sin la presencia de productos químicos de ninguna clase porque no es necesario tratarlos”.

Por su parte, algunos de los agricultores de Agroiris valoran muy positivamente que esta empresa se haya especializado en producir pimiento. José Manuel López ha comentado al respecto que “me va muy bien con la variedad Souleria RZ por su alta pro-



Antonio Peralta, agricultor del paraje Águilas Bajas. /ELENA SÁNCHEZ



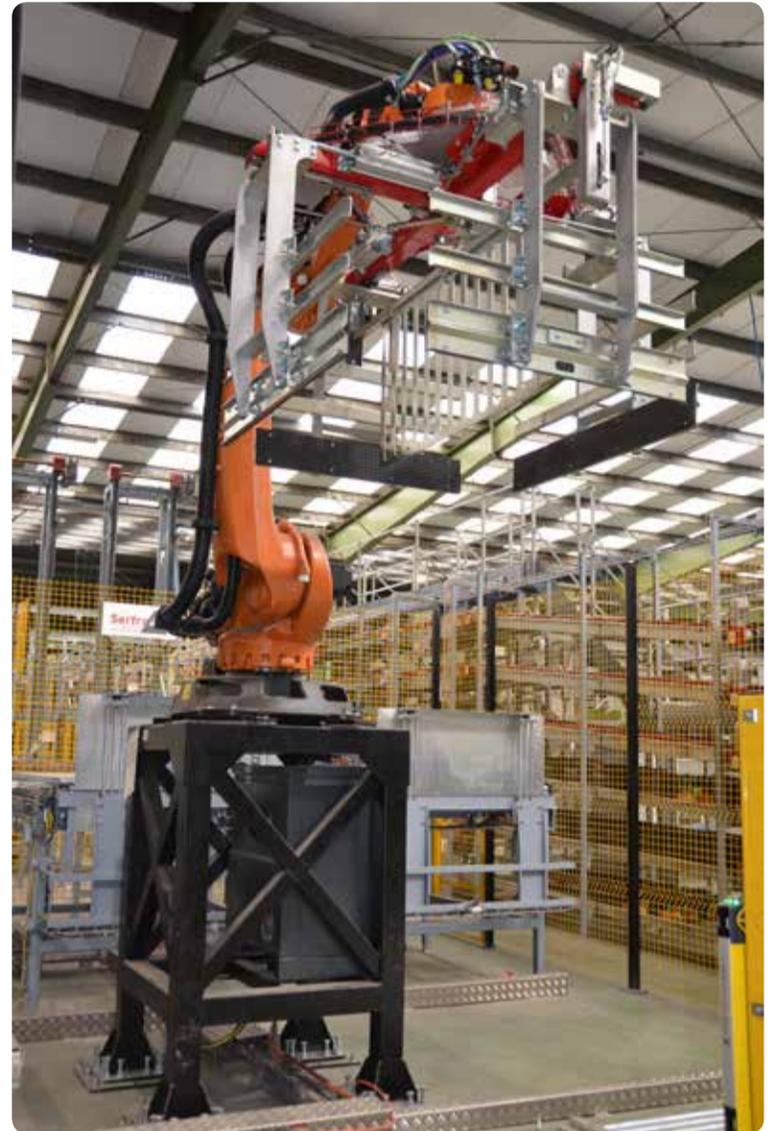
ductividad y porque siempre aporta un buen final de ciclo”. Este agricultor también destaca la estabilidad en la alta calidad del fruto desde el principio de la cosecha hasta el final.

Por su parte, Miguel López, otro productor de Agroiris, comenta que “con la variedad Nirvin RZ puedo entrar en los programas residuo cero con total tranquilidad”.

Otros tipos

Además del California, Agroiris comercializa a lo largo del año casi 4 millones de kilos de pimiento morrón o Clovis, que tienen un destino más local. Estos pimientos son más consumidos en España y en la zona de Adra hay muchos agricultores especializados en este tipo de cultivo. El mercado europeo busca frutos más adaptados a la capacidad de consumir que tienen actualmente las familias tipo europeas de uno a cuatro miembros, como mucho.

Por otra parte, el pimiento tipo italiano sigue teniendo un sitio en los mercados y hay agricultores fieles a su producción, así pues Agroiris comercializó 1.200.000 kilos de este tipo con destino al mercado nacional e internacional con un resultado aceptable.



Novedades de éxito

Por otra parte, en su continua labor de aportar al mercado novedades que sean del agrado de los consumidores, Agroiris empezó a experimentar con nuevos tipos y ha conseguido importantes resultados en dos casos concretos. El primero de ellos fue Tribelli, que resultó muy rentable mientras funcionó en el mercado como una novedad hasta que empezó a engrosar la lista de los denominados ‘commodities’, aun así sigue siendo un pimiento muy productivo y rentable para sus productores muy solicitado por los mercados internacionales y es servido de muy diferentes formas. El año pasado se comercializaron casi cuatro millones de kilos de este tipo de pimiento con una rentabilidad importante para sus productores y un alto grado de satisfacción para los consumidores finales.

Finalmente, un tipo que se está desarrollando con fuerza es el ‘corno’. Agroiris desarrolla en su totalidad las variedades de Rijk Zwaan denominadas genéricamente Palermo RZ y sus diferentes variedades. El pasado año, los agricultores de esta empresa mandaron al mercado nada menos que 6 millones de kilos en sus diferentes variedades, todas ellas RZ. El

responsable técnico de Agroiris, Pedro Martínez Melgares mantiene que Palermo RZ tiene variedades con resistencia a TMV y ahora aporta al mercado Palermo Rossio RZ y otros números que está dando muy buen resultado”. Pedro Martínez describe estas variedades como “de gran calidad y un excelente sabor para el consumidor”. Por otra parte, añade que “están siendo muy rentables para el agricultor desde que los estamos usando en Agroiris. Se venden a buen precio y son muy productivos”.





Agroiris apuesta por las especialidades para cubrir las demandas de los mercados más cosmopolitas

Tipologías como el pimiento cónico o el sweet bite, más dulces y de diversos tamaños y colores, están ocupando una gran importancia en los lineales de los supermercados y en el nuevo estilo de vida del consumidor final

□ Elena Sánchez

El consumidor de hoy día poco o nada tiene que ver con el de hace décadas, principalmente porque los ritmos de vida han cambiado y la preocupación por la alimentación es cada vez mayor, de ahí que la búsqueda de nuevas variedades que satisfagan al comprador actual -y sobre todo del futuro- se haya convertido en el objetivo fundamental de todo el sector hortofrutícola. En este sentido, Agroiris está más que comprometida con la apuesta por la producción y comercialización de nuevas especialidades y alternativas que permitan al consumidor satisfacer sus demandas alimentarias en cualquier momento y lugar y muestra de ello es que, solo, la pasada campaña, dedicó más de 9 millones de kilos a la producción y comercialización de tipologías de pimiento como el cónico (6 millones de kilos) y el sweet bite (3,2 millones de kilos).



Desde hace varias campañas, Agroiris trabaja de manera comprometida con las especialidades de pimiento cónico, como Sweet Palermo, o el pimiento sweet bite, como Tribelli, alternativas más que saludables que permiten, por un lado, al agricultor trabajar con nuevas variedades que ofrecen excelentes resultados en campo (productividad, calidad, color, sabor y precio), mientras que, por otro, dan la oportunidad al consumidor de tomarlas de innumerables maneras y, lo mejor, en todo tipo de lugares.

En el caso de Sweet Palermo, agricultores tan experimentados como Esaú Martín, aseguran que “este pimiento, en concreto, es el mejor que hay en el mercado por su elevada productividad, exce-

lente sabor y gran consistencia de fruto”. De hecho, Martín resalta que “Sweet Palermo es muy bueno de comer, al consumidor le encanta y, además, tiene una longitud perfecta para su comercialización”. Y es que, trabajar con tipologías y variedades concretas con las que ir a caballo ganador no suele ser fácil en este tipo de sectores, sin embargo, “Sweet Palermo destaca por la calidad suprema que tiene cada uno de sus frutos”, afirma de manera contundente Juan Adán, agricultor del paraje Los Hornillos, en El Ejido.

A veces, llegar al consumidor no es tarea fácil y, entre tantos y tantos productos, ‘animarlo’ a adquirir uno determinado puede convertirse en un arduo camino. Es justo en este punto donde entran en juego los distintos formatos y marcas que permiten al consumidor identificar claramente un producto de otro, asociarlo a unas características de calidad diferenciada y, al final, elegir ese y solo ese en el lineal de su supermercado. En los últimos años las empresas y comercializado-

ras están trabajando mucho en el tema del packaging, con el objetivo de ofrecer los mejores y más cómodos formatos que, además, cumplan con el respeto al medio ambiente. En este sentido, Agroiris ya está trabajando con la nueva forma de presentación del Sweet Palermo, que está dejando de lado el uso del plástico para pasar a un nuevo enfajado totalmente acorde con el reciclaje y en el que, de igual manera, se puede identificar el producto y su origen.



“Sweet Palermo es muy bueno de comer, al consumidor le encanta y, además, tiene una longitud perfecta para su comercialización”

Y es que, entre las tendencias de consumo actuales, si hay una que va ganando terreno a pasos agigantados son los snacks vegetales, hortalizas mini que, en muchos casos, hacen las veces de aperitivo, así como productos más dulces y sabrosos que capten la atención de cualquier persona.





Agroiris contribuye al crecimiento constante del pepino en Almería con la comercialización de 21 millones de kilos

La SAT es una de las mayores comercializadoras de la provincia contando, la pasada campaña, con 15 millones de kilos, solo de pepino Almería

□ Elena Sánchez

Agroiris continúa evolucionando de la mano del sector agrícola almeriense y desde sus inicios es una de las mayores comercializadoras de pepino de la provincia al manejar cifras tan elevadas como las obtenidas en la pasada campaña, cuando llegó a los 21 millones de kilos comercializados de esta hortaliza, de los que 15 millones fueron solamente de pepino Almería. Tras estos datos existe un trabajo muy minucioso y estudiado, ya que Agroiris se centra en la selección de variedades que sean aceptadas y, a la vez, se adapten perfectamente tanto a las necesidades de los agricultores, que buscan materiales con resistencias, productivas y que ofrezcan calidad de fruto, como a la de los consumidores, que demandan productos sanos, sabrosos y de formatos y tamaños diversos adaptables a cualquier circunstancia.

En este sentido, Agroiris trabaja con variedades concretas que cumplen con los requisitos necesarios solicitados en el campo a día de hoy. Ejemplo de ello son materiales, que no solamente tienen la capacidad de ofrecer frutos de calidad, sino que también se adaptan a cualquier ciclo de cultivo y zona de producción y logran hacer frente a los virus y enfermedades más presentes en el campo a día de hoy. Manuel Castilla, agricultor más que experimentado de El Ejido, lleva varios meses trabajando con el pepino Forami RZ, una de las últimas novedades de la multinacional de



Manuel Castilla, agricultor del paraje La Cumbre. /CARLOS GUTIÉRREZ



semillas Rijk Zwaan, principalmente por la necesidad de “acabar con la presencia de fusarium en el suelo”. Gracias a este material, “estos problemas han desaparecido y consigo obtener una planta sana, cargada de frutos de buen calibre, color y longitud, tal y como los demandan en el mercado”.

En la misma situación está el veterano agricultor de Las Norias, Domingo Granados, quien ha conseguido aportar un excelente género de pepino Almería a Agroiris gracias a la variedad Marítimo RZ, con la que “he eliminado mis problemas con el virus del CGMMV y del amarillo, que tanto hacían sufrir a la plantación. Sin embargo, ahora consigo pepino de calidad, con un sabor excepcional y que se mantiene con una gran consistencia hasta que llega a las manos del consumidor final”.

Con todo ello se demuestra, una vez más, que gracias al trabajo conjunto de comercializadoras y casas de semillas, se consigue facilitar la labor del agricultor y, en consecuencia, ofrecer a los consumidores una gama de productos diferenciadores con los que poder disfrutar de una dieta saludable, a la que vez atractiva y de calidad.



Marítimo RZ.



Javier Díaz

• Director general de Agroiris

“ Los supermercados saben que Agroiris es una apuesta segura en pimiento ”

□ **Almudena Fernández**

Pregunta- Agroiris es una de las grandes exportadoras de pimiento de España para Europa, Estados Unidos y Canadá, ¿qué oferta lleva a Fruit Attraction?

Respuesta- El pimiento es efectivamente el producto que mayoritariamente trabajamos. En la pasada campaña fueron hasta 80.000 millones de kilos. En concreto, en Fruit Attraction, demostraremos cómo intentamos dar un servicio al cliente continuado y como nuestra gama de pimiento abarca todas las variedades y todos los colores.

- ¿Qué quieren mostrar a los clientes de Agroiris en la feria de Madrid?

- Fruit Attraction es una gran oportunidad para ver a todos los clientes con los que trabajamos de forma habitual en nuestra campaña de invierno y es que, a partir de esta fecha, comienzan los meses en los que Almería empieza a ser la protagonista. Hasta ahora había otros países con producción y, justo cuando comienza nuestro mejor momento, la feria de Madrid nos sirve para cerrar los flecos para que vaya la campaña lo mejor posible.

- ¿Cuál es el posicionamiento de Agroiris ante los grandes supermercados?

- Actualmente los supermercados tienen claro que Agroiris, en pimiento, es una apuesta segura. La garantía de calidad y de servicio, por los volúmenes y variedad con los que trabajamos, se han convertido en una seña diferenciadora de Agroiris. Damos un buen servicio no solo cuando hay producto sino también en esas otras épocas en las que hay más escasez.

- Muy recientemente iniciaron una nueva línea de residuo cero, ¿cómo está funcionando la demanda?

- Al ser una línea nueva, este año va a ser decisivo para conocer la respuesta del consumidor, pero estamos convencidos de que tendrá buena respuesta. Esta línea cero es saludable para el cliente final pero igualmente es muy respetuosa con el medio ambiente. En cuanto al agricultor, consideramos que es también la mejor forma de producción. En definitiva, beneficia a todos los eslabones de la cadena. La línea residuo cero garantiza al supermercado un producto limpio, al agricultor le garantiza una forma de producción con la que no se juega la cosecha y

al consumidor le aporta un producto totalmente saludable.

- ¿Ha sido difícil convencer al agricultor para que apueste por esta línea de residuo cero?

- No. Han sido muy participativos con la propuesta. La capacidad de adaptación del agricultor almeriense es increíble; sabe superar las dificultades. Los productores siempre intentan lograr el mejor cultivo posible y hacen los cambios que sean necesarios. Lo demostraron hace años con la lucha integrada, que fue una auténtica revolución, y en este caso ha sido igual.

- ¿Los 25 años de Agroiris ayudan en el mercado internacional?

- Con las celebraciones que estamos realizando en las últimas semanas para conmemorar este aniversario lo que queremos es poner de manifiesto todo el trabajo que se ha hecho. Los que estamos dentro sí vemos los cambios y nos damos cuenta del esfuerzo y dedicación que entre todos hemos depositado, pero desde fuera no hay tanta consciencia de lo que supone estar 25 años en activo y logrando éxitos.

- ¿Cómo van a usar este aniversario en un escaparate tan grande como Fruit Attraction?

- Vamos con un stand nuevo, más novedoso. El diseño es distinto y queremos mostrar esa trayectoria, de la que nos sentimos muy orgullosos, a todos los clientes y posibles nuevos

clientes. Van a ser días intensos donde podremos llegar a tener hasta 40 o 50 reuniones.

- Entre las innovaciones con las que cuenta Agroiris, recientemente han instalado una nueva máquina para manufacturar pimiento, ¿cuáles son las prestaciones de esta nueva plataforma?

- Somos una empresa que trabaja sobre todo con pimiento. En los últimos años hemos crecido, sobre todo en naves, por lo que contamos ya con seis centros donde confeccionar el producto y teníamos pendiente mejorar la maquinaria para lograr un mejor trato al producto y aumentar en calidad. Esta máquina nos permitirá que haya menos stock en el almacén y se minimiza la posibilidad de golpeo, con lo que el pimiento llega en excelente calidad al mercado.

- Los proyectos exclusivos han abierto muchas puertas a Agroiris en el mercado internacional y como referencia está Tribelli® o Palermo. ¿Van a continuar por este camino?

- En pimiento intentamos estar siempre a la vanguardia. Tribelli® y Palermo son dos propuestas plenamente consolidadas que cuentan con calidad demostrada. Nos gusta investigar sobre las nuevas tendencias del mercado y otros productos que puedan venir. Estamos en algunas líneas de investigación en este sentido.

- Ahora el medio ambiente es casi tan importante para el consumidor final como el propio

producto. ¿Cree que el proyecto Frutilados ayudará a mejorar la imagen de las hortalizas de Almería? ¿ayudará a vender?

- Se están intentando mejorar todos los frentes que ayuden al medio ambiente y contrarresten el cambio climático. ¿Cómo podemos nosotros afrontar este reto desde el campo? Por ejemplo, con Frutilados se busca un provecho a los restos que no tenían ningún uso específico. Gracias a Frutilados se conseguirá que, a través de la transformación de destrío, se produzca de forma diaria cerca de 7.000 kilos de alimento para ganado. Por otro lado, en Agroiris buscamos nuevas innovaciones para intentar reducir el uso de plástico. Y, más aún, somos uno de los pocos almacenes que nos autoabastecemos con energía solar, tal y como ocurre en nuestra nave de Ejidoluz. Seguimos trabajando para lograr una agricultura más sostenible.

- En productos como pepino la oferta de Agroiris también es importante. ¿Cómo se afronta el cambio del plástico en este producto?

Bueno, aún es un proyecto del que podemos hablar poco. Sí puedo confirmar que estamos trabajando en ello para que ese desarrollo innovador no se quede solo en los almacenes sino que también sea en campo. En definitiva, queremos que los agricultores puedan participar de las novedades en este sentido.

- Hay otros productos en los que Agroiris muestra una importancia destacada: berenjena, calabacín, sandía y melón. En el caso de la sandía sí hay actuaciones que captan la atención del consumidor final porque se ha trabajado mucho su sabor, ¿en el caso de los otros tres productos se está haciendo algo?

- El caso del calabacín y berenjena tiene un problema y es que su consumo es mucho más reducido que, por ejemplo, el pimiento. Hay países donde no es fácil su comercialización y requiere mucho esfuerzo. En calabacín, sinceramente, hay competidores muy fuertes como es el caso de Italia y, en la berenjena, se han perdido mercados importantes como Rusia, que se ha caracterizado siempre por ser un país que consumía mucho esta hortaliza. Por lo que se refiere al melón, en Agroiris consideramos que en los meses de abril y mayo tiene buena cabida en Almería, pero es verdad que es más fácil irse a la sandía porque los agricultores consideran que es un valor seguro, más fácil de cultivar y con menos competencia.





La oferta de Agroiris alcanza a más de 45 hortalizas diferentes



□ fhalmería

Agroiris no es solo pimienta, su oferta va mucho más allá de las hortalizas tradicionales o las más consumidas en el mercado internacional. La sandía es una apuesta espectacular de esta entidad que ya comercializa en los meses de la primavera y primeros días del verano más de 40 millones de kilos de diferentes tipos y variedades. La oferta de este producto ha cambiado considerablemente gracias al esfuerzo que han realizado diferentes productoras de semillas por conseguir una textura y sabor adecuados para el consumidor final.

La sandía llegó a ser una fruta problemática al perderse su sabor en variedades demasiado antiguas y por el poco cuidado en el corte. Todo eso se ha corregido y Agroiris dispone de las mejores variedades cargadas de sabor, con una textura exquisita y recolectada con un estricto protocolo de corte para evitar que aquellas piezas que aún no tienen los grados Brix de azúcar no lleguen al mercado, perjudicando la demanda del consumidor final.

El melón es otra fruta muy trabajada en esta entidad siendo los tipos galia, cantaloup, piel de sapo y amarillo los más comercializados. El servicio técnico, en cola-



boración con el departamento comercial y prestigiosas firmas de semillas, están trabajando constantemente en la selección de aquellas variedades que más demanda el mercado, con el objetivo de conseguir una fruta deseada por el consumidor. Cada año es mayor el volumen de esta hortaliza en la oferta de Agroiris.

Por otra parte, la berenjena de la mano de la multinacional Rijk Zwaan que aporta variedades muy estudiadas, el calabacín, el tomate, la uva, pimienta naranja, pimienta picante, la judía o la papaya completan una oferta muy buscada por los principales operadores europeos de frutas y hortalizas.

A la gran oferta de frutas y hortalizas de la empresa que dirige Javier Díaz, hay que añadir la alta capacidad logística que tiene esta empresa para poder servir los pedidos en cualquier parte de Europa, Estados Unidos y Canadá. Los seis centros de comercialización repartidos por diferentes puntos de la provincia y las nuevas infraestructuras de manipulado le dan una enorme capacidad

de respuesta cuando la demanda es fuerte o la oferta crece repentinamente por los efectos de una climatología excesivamente benévola.

Por otra parte, el servicio técnico de esta entidad, en colaboración con el departamento comercial y la colaboración exterior de otras entidades, está continuamente desarrollando programa para variar la oferta de forma notable teniendo en cuenta las tendencias del mercado y del consumidor final.

Actualmente, los programas de ecológico, residuo cero y lucha integrada están siendo muy trabajados para poder certificar un producto totalmente saludable con ausencia de materias que pudieran perjudicar al organismo humano sin perder un ápice de propiedades nutritivas y sabor.

Por otra parte, los proyectos relacionados con el cuidado del medio ambiente son constantes y tienen prioridad en esta entidad y son siempre de plena actualidad. En esta campaña se está trabajando con diferentes materiales para intentar eliminar del manipulado cualquier material que tenga que ver con el plástico como alternativa al retractilado de pepino, cuyo objetivo es conservar en mejor estado este producto evitando la evaporación excesiva desde que se recolecta hasta que es consumido.



AGROIRIS

25

aniversario

Frutos del Mediterráneo





AlgaEnergy presenta sus novedades en Fruit Attraction 2019

La empresa biotecnológica tendrá como protagonistas en su stand la tecnología desarrollada para el cultivo de microalgas y la innovación, junto a las diferentes gamas de bioestimulantes AgriAlgae®

□ fhalmería

AlgaEnergy acude, por quinto año a Fruit Attraction, punto de encuentro a nivel internacional para profesionales del sector de las frutas y hortalizas, desde el eslabón productor hasta el comercializador y de la exportación. Las empresas proveedoras de insumos agrarios contarán con un espacio destacado.

De esta forma, AlgaEnergy no podía faltar a la cita y, en este escaparate de excepción, mostrará su propuesta de valor para una agricultura más sostenible. La compañía biotecnológica quiere contribuir así a dar respuestas a los grandes retos a los que se enfrenta la industria agroalimentaria y la sociedad en general. Una contribución que se materializa en forma de innovadora y sobre todo eficaz solución: la gama de bioestimulantes agrícolas de microalgas AgriAlgae®.

Sobre la participación en la edición de Fruit Attraction de 2019, Carlos Rodríguez-Villa, director general de AlgaEnergy, ha señalado que “esta cita es el mejor escaparate para mostrar al mercado nuestras novedades y soluciones. Estamos convencidos de que, una vez más, nuestra presencia en Fruit Attraction cumplirá con creces todas las expectativas marcadas. Como no podía ser de otra



■ Expositor de AlgaEnergy en la anterior edición de Fruit Attraction.

■ Detalle de fotobiorreactor tubular, tecnología usada para el cultivo de microalgas.



forma, la tecnología desarrollada para el cultivo de microalgas y la innovación, junto a las diferentes gamas de bioestimulantes AgriAlgae®, serán los protagonistas en nuestro stand”, añade Rodríguez-Villa.

AlgaEnergy: innovación y sostenibilidad

AlgaEnergy es una compañía de base biotecnológica fundada en 2007. Participada por dos empresas multinacionales, Iberdrola y

Yokogawa, ambas en el ranking de las 100 empresas más sostenibles del mundo, consolida el profundo conocimiento existente en España en la ciencia de las mi-

croalgas, generado por las universidades a lo largo de las últimas cuatro décadas. Colabora con más de 150 universidades y empresas en materia de investigación y ha diseñado, construido y opera las plantas de cultivo de microalgas más avanzadas y pioneras a nivel internacional. La Comisión Europea la ha seleccionado como una de las empresas de mayor potencial de crecimiento de Europa y de importancia estratégica para el continente, y su actividad y desarrollos, la han posicionado como un referente internacional.

Las microalgas, por su riqueza bioquímica y sus ventajas con respecto a otras materias primas provenientes de la agroindustria tradicional, son de gran interés para desarrollar productos en sectores muy diversos. No obstante, el producto estrella de AlgaEnergy es su gama de bioestimulantes agrícolas AgriAlgae® que, obtenidos a través de la producción controlada de diversas estirpes de microalgas, logran incrementar rendimientos, mejorar calidades y aumentar la resistencia a situaciones de estrés, en todo tipo de cultivos. Estos productos, naturales y sostenibles, han sido desarrollados a lo largo de los últimos 8 años, y desde 2015 se comercializan con éxito en el mercado, alcanzando índices de satisfacción que superan cualquier expectativa.

AGRIALGAE®
Bioestimulantes agrícolas de microalgas

Visita nuestro stand en

22-24 Oct. 2019

PAB 9 STAND 9E14

AlgaEnergy, S.A. | Avda. Europa, 19 | 28108 Alcobendas, Madrid | sales@algaenergy.es | (+34) 91 490 20 20

www.agrialgae.es



Juan Antonio Díaz Planelles, junto a directivos de Anecoop, momentos antes de iniciarse el acto.



Javier Díaz, durante su intervención en el acto celebrado en el Auditorio ejidense.



Equipo técnico de Agroiris.

FOTOS: ALMUDENA FERNÁNDEZ

Agroiris analiza la situación del agricultor ante el mercado europeo

La empresa almeriense exportadora de frutas y hortalizas incluye una completa jornada técnica en la programación de su 25 aniversario con la que este año conmemora una carrera plagada de éxitos

□ Almudena Fernández

Agroiris, empresa exportadora de frutas y hortalizas, está de celebración. Este año, la empresa ejidense cumple su 25 aniversario y la programación de actividades para celebrar esta fecha especial se inició hace solo unas semanas con una jornada técnica en la que se analizaron cuestiones fundamentales que preocupan al agricultor.

En concreto, el 25 de septiembre, el Teatro Auditorio de El Ejido acogió la jornada 'El agricultor frente al mercado europeo de hortalizas' donde expertos abordaron asuntos determinantes para el sector hortofrutícola como las tendencias de un mercado cambiante y, en concreto, las demandas del consumidor europeo en cuanto al pimiento (el cultivo estrella en el campo almeriense), además de las características generales de la producción hortícola en el sureste español frente a la de otros países competidores.

La cita, que contó con amplia presencia de los agricultores con los que trabaja de forma habitual Agroiris, reunió también a múltiples autoridades locales y provinciales que quisieron agradecer a Juan Antonio Díaz Planelles, fundador de la empresa, su decisión de constituir esta entidad pionera que ha sabido adaptarse a los



Manuel Gómez Galera, director general de producción agrícola de la Junta de Andalucía, cerró la jornada.



Miguel Espinosa, de BASF Vegetable Seeds, durante su intervención.



Alberto Cuadrado, de Rijk Zwaan.



David Bodas, de Syngenta, habló de las exigencias de un mercado cada vez más cambiante.



El alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, felicitó públicamente a la empresa.

cambios del sector de los últimos 25 años cosechando una carrera llena de éxitos.

El encargado de abrir el acto fue el alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, quien aludió a la

modernización de las infraestructuras rurales y a la sostenibilidad como aspectos clave de la competitividad del sector agrícola almeriense. Góngora felicitó a la empresa por sus "25 años de trabajo

y esfuerzo, en los que ha sido partícipe de la gran evolución que ha experimentado el sector". Góngora también puso a Agroiris como ejemplo de innovación y comercialización y resaltó la apuesta por la sostenibilidad de la empresa exportadora con medidas tales como la implementación de una línea de residuo cero. En este contexto, el alcalde de El Eji-

do se refirió a Juan Antonio Planelles como todo un referente en el sector de la agroalimentación, no solo en la provincia, sino también en Andalucía. "Creo que habéis sabido hacer las cosas muy bien en este tiempo y el resultado de que Agroiris sea todo un referente es precisamente el fruto de vuestro intenso trabajo", sentenció.



Apoyo institucional para la empresa a través de los concejales ejidenses de Ciudadanos, en la foto junto a Planelles.



Ponencias

El programa de ponencias contó con las intervenciones de Alberto Cuadrado, Chain Manager de Rijk Zwaan; Miguel Espinosa, Consumer and Customer Manager de BASF; y David Bodas, Vegs Seeds Value Chain Lead de Syngenta.

En su intervención, Alberto Cuadrado avanzó datos interesantes del mercado de pimiento y señaló que “con una buena promoción aún se puede crecer mucho en el consumo de esta hortaliza en las familias”. Según sus datos, en España se llegan a consumir hasta diez kilos de pimiento por hogar cada año pero la cifra es mucho menor en países cercanos como Francia, donde se rondan los dos kilos al año.

En este contexto, Cuadrado señaló que en Europa se está consolidando el consumo de pimiento snack y el cónico, junto al California rojo, en detrimento de otros formatos como el tricolor, cuya compra va en descenso desde hace unos años.



■ José Antonio Gutiérrez, consejero de Agroiris, fue el encargado de guiar el acto.

Por su parte, Miguel Espinosa, de BASF, se centró en los modelos de producción del sureste español, en su evolución y su posición actual con respecto a otras zonas de producción competidoras. Habló de los cultivos de Turquía, Marruecos, Israel y Holanda, y se mostró convencido de la buena salud del mercado español y, en concreto, del almeriense. Aun así, Espinosa puso sobre la mesa materias



■ Antonio Rodríguez Chefle, ex miembro de la Junta Rectora, con el alcalde de Adra, Manuel Cortés.

en las que hay que continuar mejorando, tales como la percepción de calidad en el mercado de destino (más que la propia calidad en sí, que ya la tiene) o la expansión de los cultivos ecológicos, difíciles de lograr en otras zonas del mundo y que, por tanto, suponen una posición privilegiada para la provincia almeriense.

La tercera y última de las ponencias técnicas corrió a cargo de

David Bodas, de Syngenta, quien analizó las tendencias de consumo en hortalizas y su rápida velocidad de cambio. Entre los asuntos clave para el sector, señaló cuestiones como la transparencia en cuanto a la trazabilidad del fruto, la producción sostenible o la necesidad constante de escuchar al consumidor para cumplir con sus expectativas.

Después de las intervenciones, José Antonio Gutiérrez, consejero delegado de Agroiris, continuó guiando el acto y dio paso a la proyección de un emotivo vídeo sobre los 25 años de Agroiris. En la grabación de este vídeo participaron los nombres propios que vieron dar los primeros pasos

a la entidad, trabajadores actuales y otros miembros que representan el futuro de la empresa como Javier Díaz, nombrado director general de Agroiris hace aproximadamente un año y quien toma las riendas que le ofrece Juan Antonio Planelles, fundador de la empresa y cabeza visible de Agroiris durante estos 25 años.

La empresa continúa este mes de octubre con su programa conmemorativo de su 25 aniversario con la celebración de distintos almuerzos de convivencia con sus socios y trabajadores. Estos encuentros cuentan con la colaboración de decenas de empresas del sector que han aportado distintos premios para sortear.



■ Hubo un detalle para los asistentes.

Juan Antonio Planelles

“Siempre he creído en las personas”

La jornada técnica, especialmente a través de la proyección del vídeo homenaje, quiso de alguna forma rendir homenaje al trabajo de Juan Antonio Planelles por hacer de Agroiris un éxito empresarial que irremediablemente redundará en sus agricultores. De hecho, Planelles tomó la palabra para emitir un discurso destinado a estos trabajadores del campo que, a su juicio, son los verdaderos merecedores de este éxito gracias al “gran equipo que han formado”. “Siempre he creído en las personas”, mantuvo. En esta línea, animó a los agri-

cultores presentes a unir fuerzas para lograr estabilidad en problemas que preocupan, campaña tras campaña, como la inestabilidad de los precios.

Sobre los cambios que han acontecido en la empresa en los últimos meses, Planelles indicó que “no es mejor ni peor el equipo con el que se inició el proyecto que el que hay ahora, pero sí hay una particularidad; el equipo actual es más joven y está mayor preparado”. Ante ello se mostró convencido de que “Agroiris aún tiene un gran futuro”.



Javier Díaz

“Somos una empresa de agricultores”

El actual director general de Agroiris destacó en su intervención “la seriedad y el trabajo afrontado estos años por Agroiris” como garantía para afrontar el futuro “con optimismo”. Se refirió también a “la capacidad de adaptación a los nuevos retos de producción y comercialización” e hizo hincapié en la razón de ser de la entidad: “Somos una empresa de agricultores y, por ello, estamos realizando acciones encaminadas a ser cada vez más ágiles y competitivos en este mundo cambiante”.

Entre todas esas propuestas con las que llega Agroiris a su 25 aniversario está la mejora de la comunicación y procesos en la empresa para ganar en productividad. También prevén la modernización de instalaciones o mejoras en sus invernaderos, en sus productos, en sus ciclos y formas de cultivo “así como en la aplicación de tecnologías en el campo que permitirán que nuestros agricultores sigan produciendo verduras y frutas con calidad, con seguridad alimentaria y respetuosas con el medio ambiente”, finalizó.





Ecoinver aumenta en un 18% su volumen comercializado en la última campaña

La empresa almeriense, que se caracteriza por la comercialización de especialidades entre las que destaca el pepino mini, ha ampliado recientemente sus departamentos de Calidad y Comercial

□ **Almudena Fernández**

Ecoinver es una empresa productora y comercializadora de frutas y hortalizas que, con un marcado carácter familiar, ha crecido rápidamente en sus doce años de existencia. Los datos de la última campaña agrícola 2018/19 demuestran el éxito de esta empresa, ya que esta finalizó con un aumento del 18% en volumen de hortalizas comercializadas. Además, confían plenamente en que

esta senda ascendente se mantenga también durante esta campaña en márgenes muy similares.

En cualquier caso, desde la empresa gestionada por Ramón Segura y sus hijos, son conscientes de que el crecimiento rápido requiere pasos meditados, donde cada avance se haga sobre la sólida base que representa ya Ecoinver en el mapa agrícola almeriense. Son tales las exigencias, que para la nueva campaña 2019/20 se han reforzado los departamentos de Calidad y Comercial con

“El principal objetivo de Ecoinver es mejorar en calidad y servicio, proporcionando una atención más próxima y rápida”

nuevos profesionales de experiencia contrastada. Esto facilitará la llegada a nuevos mercados y atender en las mejores condicio-

nes a cada uno de los clientes existentes, ofreciendo una respuesta más rápida y una atención más próxima y cercana.

Ecoinver cuenta desde hace tiempo con las certificaciones IFS Food y Grasp y es miembro de GlobalG.A.P., que son las más demandadas por los exigentes consumidores europeos.

Reforma y ampliación de las instalaciones

Ecoinver ha realizado una obra importante en sus instalaciones

ubicadas en el núcleo ejidense de Las Norias en las dos últimas campañas. Esta adaptación logística se corresponde con este crecimiento de volumen ya detallado, donde destacan la ampliación del espacio destinado al envasado de productos hortícolas, las zonas de: expediciones y almacén, de administración, así como las zonas comunes y aparcamientos.

Igualmente, se ha renovado el programa informático con el que trabajan, lo que permite a sus profesionales atender con mayor efi-





caja y rapidez las demandas de sus clientes.

Durante la presente campaña, se han puesto en funcionamiento dos líneas nuevas de producción hasta completar las ocho actuales; todo ello con el fin de adaptarse al aumento del volumen previsto para la nueva campaña.

En definitiva, tal y como destacan desde la empresa a FHALMERÍA, todo el crecimiento de Ecoinver se hace sin perder de vista el sentido con el que nació la empresa: trabajar mano a mano con el agricultor para prestar el mejor servicio, con el fin de que todos los eslabones queden satisfechos, campaña tras campaña.

Catálogo

Ecoinver ha sabido, en todos estos años, responder con garantías a las cambiantes exigencias del mercado y adaptarse a las nuevas necesidades de un consumidor final, cada vez más preocupado por soluciones rápidas de consumo, pero a la vez, saludables. En este contexto, se han convertido en una empresa especializada en ofrecer productos hortícolas menos habituales, sin perder de vista la necesidad de atender demandas

“Ecoinver destina buena parte de sus recursos a la búsqueda de nuevos productos y tendencias innovadoras de consumo”

de aquellos más convencionales, destinando buena parte de sus recursos y personal a la búsqueda de nuevos productos y tendencias innovadoras de consumo.

La empresa familiar es la mayor productora de pepino mini de España, producto estrella de su catálogo. Junto a esta especialidad, también tiene un destacado puesto el pepino snack, pimientos Sweet bite y Sweet Palermo®, pi-

cantes, tomates cherry y pera Intense, y berenjena mini.

En cualquier caso, en la campaña pasada, también se incorporaron al catálogo hortalizas como la berenjena china, tailandesa o mini blanca, con las que Ecoinver cubre la demanda de mercados más especializados, que no son fáciles de satisfacer y que, sin embargo, viene cumpliendo de forma sobresaliente. De esta forma, desde la empresa resaltan su carácter innovador, encontrándose abiertos a continuar incorporando propuestas novedosas como la pitahaya, frutas de hueso, de pepita o incluso productos de hoja.

Más información y catálogo completo de Ecoinver en la web: www.ecoinver.es



Misiones comerciales a la búsqueda de nuevas tendencias de mercado

El incremento de personal en el departamento comercial de Ecoinver, en las últimas campañas, ha permitido a la empresa cubrir más misiones comerciales de carácter internacional, con el fin de buscar nuevos nichos de mercado y ampliar horizontes de negocio. Estas misiones les permite “reunirse con empresas consolidadas, que buscan productores directos de determinadas hortalizas, que Ecoinver puede ofrecer con plenas garantías”, han señalado.

Siguiendo su plan de mejora y crecimiento continuo, Ecoinver no desiste en la visita de distintos puntos geográficos, con el fin de conocer de primera mano las características de estos mercados y aprender las claves para introducirse en ellos, o ampliar sus contactos allí; todo ello con la baza de saber que ofrecen un producto especializado de alta calidad.



Ecoinver



Unique products for unique people
Productos únicos para gente única



Producto estrella
Mini



Aguilera: “La organización del sector de frutas y hortalizas será imprescindible en la futura PAC”

La eurodiputada socialista ha asegurado que el funcionamiento de este sector tiene grandes perspectivas de futuro y debería extenderse a otras producciones

□ fhalmería

La eurodiputada socialista Clara Aguilera, miembro de la Comisión de Agricultura en la Eurocámara, ha participado en Bruselas en un debate sobre el sector de las frutas y hortalizas en la OCM única (Organización Común de Mercados Agrícolas), dentro de la reforma de la PAC.

Aguilera ha destacado el buen funcionamiento de este modelo frente al de otros sectores, “porque con pocos recursos públicos ha logrado alcanzar una buena rentabilidad, lo cual hace que el sector de frutas y hortalizas sea uno de los más competi-

tivos en España y en Europa”.

“El funcionamiento de este sector tiene grandes perspectivas de futuro y debería extenderse a otras producciones”, ha subrayado la eurodiputada. Dicho modelo se basa en organizaciones de productores de frutas y hortalizas que gestionan los recursos públicos al 50% junto con los privados, a través de programas operativos, con el fin de producir alimentos sanos y de calidad. En este sentido, las propuestas de reforma de la PAC no deberían aportar grandes cambios a este ámbito, sino que “reafirmaría su filosofía de funcionamiento”, ha señalado Clara Aguilera.



ABIERTA LA CONVOCATORIA PARA REALIZAR LA CONTRATACIÓN DE TU ESPACIO PUBLICITARIO EN EL ANUARIO AGRÍCOLA 2019

fhalmería

ESPECIFICACIONES DE LA EDICIÓN:

DISTRIBUCIÓN

EN PAPEL EN TODO EL SECTOR AGRARIO DE ALMERÍA:

- Almacenes de suministros agrícolas
- Semilleros y casas de semillas
- Cooperativas y subastas

ENVÍOS POR CORREO POSTAL NACIONAL

- Empresas del sector hortofrutícola
- Empresas de la industria auxiliar
- Productores y técnicos agrícolas

DISTRIBUCIÓN DIGITAL:

- Envíos por correo electrónico a los suscriptores de fhalmería.
- Disponibilidad del anuario en formato digital en www.fhalmeria.com

CONTENIDOS DESTACADOS:

- Balance de la campaña 2018/2019
- Comparativa de precios de frutas y hortalizas
- Guía de Productos para Nutrición y Protección Vegetal
- Balance de la superficie cultivada
- Novedades en I+D+i del sector agrícola
- Análisis de los temas más candentes de la última campaña
- Resumen de las noticias más relevantes

ESPECIFICACIONES:

- Formato A4 en papel cuché, 156 páginas a todo color
- Edición en papel y digital - Distribución gratuita en todo el sector
- Ámbito local, nacional e internacional - Lanzamiento: a partir del 02-12-2019



**YÜKSEL[®]
SEEDS**

Art of seed breeding



Visítanos en el stand 5E09

www.yukseltohum.com

   [yukseletohum](#)



MAYOR CERTIFICADORA ECOLÓGICA EUROPEA

CAAE presentará su amplia oferta de certificaciones agrícolas en el Pabellón 6



□ **Rafa Villegas**

La entidad de certificación CAAE, especializada desde su creación, en el año 1991, en certificar producciones ecológicas, participa con expositor propio, una vez más, en Fruit Attraction.

La empresa puede presumir de ser la entidad que más hectáreas de ecológico certifica en todo el Viejo Continente, con un total de 1 millón de hectáreas.

CAAE está en disposición de emitir los certificados más importantes tanto de Europa como de Estados Unidos y Japón. Es el caso, por ejemplo de las normativas estatales norteamericanas NOP o la nipona JAS.

Además de certificar bajo estas normativas internacionales, la autorización por parte de la Unión Europea para llevar su normativa a cualquier parte del mundo, complementada con estándares privados de amplia implantación, como es el caso de GLOBALG.A.P. y el estándar para el control de las condiciones laborales más exigentes del mercado, ECOVALIA SOCIAL, sitúan a los operadores CAAE en las mejores condiciones para competir dentro de un contexto mundial bajo una marca de prestigio y confianza.

Por otra parte, cabe recordar que la certificación CAAE de insumos, tanto para la producción agraria como para la

industria, es la marca elegida por las empresas referentes del sector para avalar sus productos en el ámbito del territorio nacional español, pero ahora también para la exportación a América, habiendo sido CAAE el principal valedor de la certificación UNE asumida por el Gobierno de España.

Como novedad, en esta edición de 2019 de Fruit Attraction, CAAE asiste con una isla que acogerá a un total de once operadores exponiendo la diversidad de sus productos certificados.

En concreto, visitantes y expositores están invitados a pasar por el stand D01 del Pabellón 6 de IFEMA Madrid.



■ Anuncio de la participación de '5 al Día' en Fruit Attraction 2019.

SALUD

5 al Día promocionará el consumo de frutas y hortalizas en la feria

□ **R. V. A.**

La asociación '5 al Día', que se encarga de la promoción de al menos cinco piezas de fruta y verdura diarias, participa una vez más con espacio expositor propio en la feria hortofrutícola más importante de España, en Fruit Attraction.

En esta nueva edición, la undécima, la asociación vuelve a organizar su 'Espacio Agrupado 5 al Día', donde visitantes y expositores podrán disfrutar durante los tres días que dura el evento ferial, del 22 al 24 de octubre, de la degustación de un elevado número de productos hortofrutícolas saludables de la mano de los asociados de '5 al Día'.

Debido al gran éxito cosechado en anteriores ediciones de Fruit Attraction, la asociación '5 al Día' volverá a preparar y ofrecer a sus visitantes, a la hora de la comida, un delicioso plato de arroz elaborado con exquisitas verduras.

Además, como ya viene siendo habitual, '5 al Día' tiene preparadas varias sorpresas para todo aquel que les visite en su espacio expositor.

En esta ocasión, la asociación '5 al Día' estará presente en IFEMA en el stand 5E03, en el Pabellón 5 de la feria. Científicos de todo el mundo han demostrado los efectos saludables y de prevención de enfermedades del consumo de frutas y verduras.



¿Quieres recibir
fhmurcia
de forma gratuita?

Envíanos un mensaje WhatsApp con texto "fhmurcia" al 679 464 490 y nos ponemos en contacto contigo para darte el alta de forma gratuita.

¡Así de fácil!



Import-Export Fruva crece

□ fhalmería

La empresa Import-Export Fruva, ubicada en Dalías, está centrada, como no puede ser de otra manera, en dar un buen servicio a sus clientes. Además, Fruva cuenta con los certificados de calidad como GlobalG.A.P., BRC, IFS, GRASP, imprescindibles para el buen funcionamiento de cualquier empresa -comercializadora, así como las nuevas instalaciones que se han terminado durante este último año. Las obras incluían la ampliación del almacén, la instalación de una nueva cámara frigorífica para la recepción del producto de campo, y una nueva línea de calibre de pimiento. También ha aumentado la cantidad de agricultores que confían más sus productos a Fruva.

Este último ejercicio, Import-Export Fruva lo ha cerrado



con un 27% más de kilos con respecto a la campaña anterior. Esto se debe gracias a la confianza que tanto agricultores

como clientes depositan en la empresa. Este incremento no sería posible sin la colaboración de ellos y las personas que for-



man parte de la plantilla de los trabajadores de Fruva. En lo que a productos trabajados se refiere, Fruva sigue con el pimiento, en primer lugar, aunque cada vez más hace tomate, berenjena, calabacín y espárragos de producción temprana. En primavera-verano se añaden a los demás productos sandía y melón. Asimismo, con el pimiento Fruva sigue trabajando los 12 meses

“Seguimos con el pimiento en primer lugar, aunque cada vez más también hacemos tomate, berenjena, calabacín o espárragos”

del año, garantizando a todos los clientes una continuidad con los mismos criterios de calidad.



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





Plásticos inteligentes para berries en Huelva

Politiv usa las últimas tecnologías disponibles en materias primas, aditivos y en maquinaria para desarrollar plásticos inteligentes que contribuyan al rendimiento

□ fhalmería

Politiv desarrolla plásticos inteligentes para berries desde sus comienzos en 1985. Actualmente, además de fabricarlos en su planta principal de Israel, también los fabrica en México, donde sus líneas de productos especializados son muy valorados por el agricultor de berries.

Además de plásticos estándares térmicos y con alta transmisión de luz, Politiv ofrece productos innovadores que solucionan situaciones de cultivos diferentes a la fresa y de producciones en otras épocas del año, no exclusivamente en invierno.

“

La innovación, tanto para las 400 galgas como para 600 o 720, está en films con la tecnología Diamante15 de Politiv

La tendencia a usar plásticos de 400 galgas es un hecho. Las opciones son 3 para esta campaña, donde varían las propiedades ópticas y la tolerancia al azufre principalmente, para adaptarse a distintos sistemas de manejo del cultivo. Cuando se usa plástico nuevo cada año, se usa un plástico que no tiene sus propiedades intactas, con lo que se maximiza la luz, para así potenciar la fotosíntesis y obtener cada año el máximo rendimiento.

La innovación, tanto para las 400 galgas como para 600 o 720,



está en films con la tecnología Diamante15 de Politiv. Los plásticos con esta tecnología mejoran mucho la cantidad y calidad de luz del macrotúnel, gracias a la mayor dispersión de los rayos solares que distribuyen más uniformemente la luz y evitan la acción directa sobre frutos u hojas y a una excelente termicidad, que llega al 90%, según el espesor escogido.

Los plásticos que han tenido mucho éxito en otras latitudes y que solucionan necesidades de producciones tardías en épocas de mayor calor en esa región son los plásticos con sombreo incorporado y films con SmartAluminio, que consiguen evitar el aumento de la temperatura, comparando con films estándares. Este, testado junto con otros 7 tipos diferentes durante varias campañas y en gran extensión en México, ha sido el que se presenta superior en berries como el arándano, tanto en cantidad, como en tamaño, como en distribución de la producción.



Las opciones en esta campaña solicitadas por los clientes han sido personalizadas para cada forma de cultivo y para los diferentes cultivos, para dar respuesta a las necesidades cada vez más diferentes dentro de los mismos berries y debido a los diferentes mercados y épocas que deben atender.

En la fábrica de México es donde se produce el acolchado TIF certificado para el uso de agroquímicos del grupo de las cloropicrinas. Láminas de 5 capas que impermeabilizan el paso de gases del suelo a la atmósfera de uso obligado. Este acolchado está disponible en el distribuidor y consta no solamente con el certifi-



cado de TIF, sino con otros que muestran sus altos estándares de propiedades mecánicas.

Politiv usa las últimas tecnologías disponibles en materias primas, aditivos y en maquinaria para desarrollar plásticos inteligentes que contribuyan al rendimiento. No ser un paraguas simplemente, sino un aporte en la ecuación del agricultor. Esta es la filosofía y la búsqueda diaria de la empresa.

En España comenzó el año pasado en el área de Huelva, de la mano del distribuidor local, la empresa Embalajes Huelva SL, con un almacén en la zona de Lepe que atiende en la mayor región productora de berries.



Eurosol, 20 años de compromiso de calidad de frutas y hortalizas

La producción de la cooperativa almeriense Eurosol es integrada al 100%

□ **Caterina Pak**

Eurosol se dedica a la producción integrada y comercialización de pepino holandés, pimiento California de cuatro colores (verde, rojo, amarillo y naranja), pimiento picante, tomate cherry, pera y ramo, berenjena, melón galia y melón blanco.

“

“Mejorar en la calidad de los productos, avanzar en medidas medioambientales y nuevas tecnologías para la manipulación del producto son objetivos prioritarios de Eurosol”

Bajo la dirección de Mari Carmen Cano, la gerente de Eurosol, Manuel Callejón, director comercial y la presidencia de José Cerezo, la cooperativa que empezó con 30 hectáreas de producción con 8 millones de kilos, a día de hoy cuenta con más de 220 hectáreas de producción y con un volumen de unos 25 millones de kilos anuales. De las 220 hectáreas, treinta son propias de Eurosol y el resto pertenece a sus cien socios productores.



(De dcha. a izq.) Mari Carmen Cano, gerente de Eurosol; José M^a Bayo, jefe del Servicio de Ayudas de la Dirección Territorial de Agricultura de Almería; José Antonio Aliaga, secretario general de Agricultura; José Cerezo, presidente de Eurosol; Aranzazu Martín, delegada de la Agricultura y Manuel Callejón, director comercial de Eurosol. / CATERINA PAK

Valores éticos de Eurosol

Los valores por los que se mueve Eurosol son un comercio ético, calidad y seguridad agroalimentaria. Eurosol fue la primera empresa en España en obtener el certificado AENOR en producción integrada y en la actualidad cuenta con todas las certificaciones de la normativa europea como Smeta, GlobalG.A.P o GRASP, que le permiten suministrar frutas y hortalizas a las más relevantes cadenas de supermercados de la Unión Europea.

La gerente de la cooperativa, Mari Carmen Cano, indicó a

FHALMERÍA que “mejorar en la calidad de los productos, avanzar en medidas medioambientales y nuevas tecnologías para la manipulación del producto” son los objetivos prioritarios de la empresa, aunque valora la situación del sector como una “gran incertidumbre”.

“Los costes de producción y confección cada vez son más altos y los precios de venta no acompañan”, lo diploma.

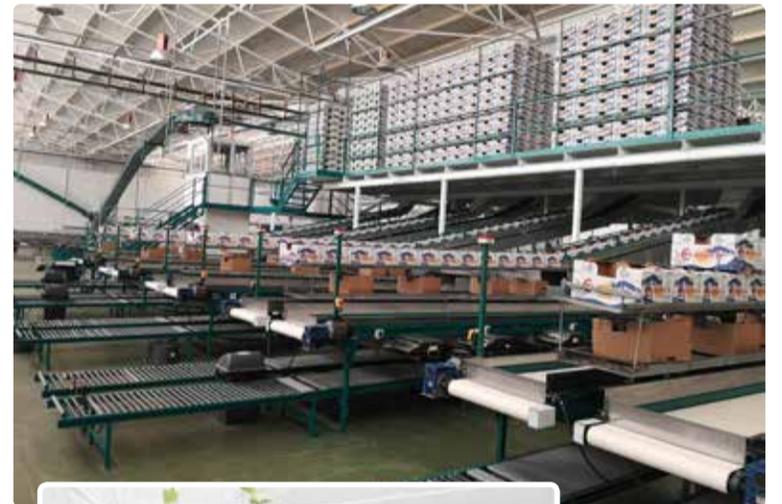
20 años trabajando por la calidad

El día 27 de septiembre de 2019, Eurosol cumplió dos décadas y lo

celebró, arropada por un centenar de socios productores y cerca de unos doscientos trabajadores. El evento contó con la presencia de Aranzazu Martín, delegada de Agricultura, del secretario general de la Agricultura, José Antonio Aliaga, y Antonio Bonilla, alcalde de Vícar.

En el día de festejo, Eurosol paró toda su actividad desde el mediodía para que cada uno de sus

trabajadores y trabajadoras pudieran disfrutar de la fiesta de celebración que tuvo lugar a las 19:00 horas en las propias instalaciones de la empresa en Vícar, Almería. Durante la velada, la cooperativa entregó los premios a sus productores con la mejor calidad de la producción y, a continuación, los asistentes disfrutaron de un concierto de música en directo y de una cena cóctel.



Instalaciones de Eurosol. / Foto: CATERINA PAK.



Cultivo de pepino en una de las fincas de Eurosol. / Foto: EUROSOL





Cinco empresas almerienses participaron en la feria de alimentación Anuga 2019

Se trata de Calconut, Hortofrutícola Costa de Almería, Luxeapers, Cortijo de Canata y Peregrin One Garlic

□ **Rafa Villegas**

Anuga está considerada la feria de alimentación y bebidas más importante del mundo. La última edición se celebró este mismo mes de octubre, en concreto entre los días 5 y 9, como siempre en la Koelnmesse de la ciudad alemana de Colonia. En esta ocasión participaron en el evento más de un centenar de empresas agroalimentarias de Andalucía, entre ellas, de la mano de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, cinco almerienses.

En concreto, de la provincia de Almería participaron en Anuga 2019 las empresas Calconut, Luxeapers, Cortijo de Canata, Peregrin One Garlic y Hortofrutícola Costa de Almería.

El consejero delegado de Extenda, Arturo Bernal, dejó claro que “una de las grandes fortalezas de Andalucía en el exterior está protagonizado por el sector agroalimentario, donde somos líderes y donde reflejamos la calidad e innovación de la región, reforzando así el prestigio de la ‘Marca Andalucía’ asociada a la imagen de España bajo la cual nos promociona-



El consejero delegado de Extenda visitando una empresa agroalimentaria de la provincia de Málaga.

mos en todo el mundo”. Con esta participación activa, Extenda pretende mejorar la presencia de los productos agroalimentarios andaluces en los principales mercados mundiales, y especialmente en Alemania, tradicionalmente el primer país de destino del agroalimentario andaluz, con 1.243 millones de euros exportados entre

enero y julio de 2019, lo que la sitúa una vez más como la primera comunidad en ventas al mercado germano y con cifras récord de ventas para el período.

La Junta de Andalucía es una habitual, a través de Extenda, en la feria bienal de Colonia. En concreto, la Administración regional lleva 12 años participando activa-

mente en Anuga. En esta edición, Extenda ha financiado su participación con fondos procedentes de la Unión Europea a través del Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020, dotado con una contribución comunitaria del 80 por ciento.

De enero a septiembre de este año, un total de 691 empresas

agroalimentarias andaluzas han participado en 330 acciones de Extenda de todo tipo, de las que 252 fueron específicamente dedicadas al sector. Cabe resaltar la participación en Fruit Logística, con 42 empresas, en Bio Fach, con otras 42, y en Gulfood, con un total de 39.

Próximas ferias

De aquí a finales de año, además de en la presente edición de Fruit Attraction, Extenda tiene previsto participar en otros eventos feriales tan importantes como Natexpo, en París, Iberica Expo London, Foodex Saudi, Food and Hotel-Prowein China, Nordic Organic y PLMA Chicago.

Del mismo modo, la Agencia Andaluza de Promoción Exterior tiene previsto llevar a cabo una serie de misiones comerciales directas a Canadá, Uzbekistán, Italia, Perú, Reino Unido, Irlanda, Austria, Eslovenia y Francia. A ello se suman diferentes jornadas técnicas y acciones singulares, como el ‘Seminario productos gourmet: etiquetado y packaging’ o el ‘Taller sobre aplicaciones del sector TIC para la internacionalización del sector agroalimentario’.

Abiertas las inscripciones para participar en Macfrut 2020

La feria italiana se celebrará del 5 al 7 de mayo en Rimini (Emilia Romagna)

□ **R. V. A.**

La feria internacional de las frutas y hortalizas más importante de Italia, Macfrut, anunció a principios del presente mes de octubre la apertura de las inscripciones para participar en su próxima edición. La cita tendrá lugar entre los días 5 y 7 de mayo en Rimini Fiera, en la región de Emilia Romagna, en el norte del país.

Las empresas que tengan intención de participar con espacio expositor propio en Macfrut 2020 pueden beneficiarse de importantes descuentos si realizan la ins-

cripción antes del 31 de diciembre. Para ello, la organización de la feria, Cesena Fiere, activó la promoción ‘Early booking’, que permite inscribirse con una tarifa preferencial. Las inscripciones se pueden llevar a cabo tanto en la página web del evento ferial, www.macfrut.com, como en la web www.spiceexpo.it.

Como gran novedad de este año, la feria contará con un espacio dedicado a las especias, hierbas medicinales y aromáticas. Se trata del ‘Spices & Herbs Global Expo’.

El presidente de Cesena Fiere, Renzo Piraccini, explicó que

“siguiendo una tendencia que ha hecho que en los últimos años el número de visitantes en nuestra feria aumente, para la edición de 2020 queremos perseguir ese objetivo actuando en dos sentidos: por un lado, agregando contenido inédito y, por otro, centrando la atención en mercados nuevos como Asia y África”.

En la pasada edición de la feria italiana se registraron 43.500 visitantes durante los tres días de actividad. Un cuarto de ellos procedía de fuera de Italia, el 50 por ciento de Europa, un 17 por ciento de Centro y Sudamérica, un 14 de Europa Oriental y Rusia, un



Interior de la Fiera Rimini durante Macfrut 2019.

10 por ciento de África, así como un 9 por ciento del Medio y Lejano Oriente.

Este año participaron en la feria más de mil empresas, el 20 por ciento de ellas de fuera de Italia.



Seipasa convierte su expositor en un gran plató de televisión

La compañía española presentará 'Hablamos de sostenibilidad y rentabilidad', una serie de diálogos sobre los desafíos de la agricultura global que serán retransmitidos en directo durante la feria

□ fhalmería

Seipasa, empresa española especializada en el desarrollo y formulación de biopesticidas, bioestimulantes y fertilizantes para la agricultura, presenta 'Hablamos de sostenibilidad y rentabilidad' en Fruit Attraction 2019.

Se trata de una colección de diálogos acerca de las tendencias y desafíos de la agricultura global que contarán con la participación de importantes expertos y profesionales del sector a través de su punto de vista.

Para ello, la compañía española transformará su expositor en un gran plató de televisión donde se retransmitirán en directo cada uno de los diálogos. Los visitantes podrán seguir su desarrollo a través de las pan-

tallas instaladas en el stand. Tras la celebración de Fruit Attraction, Seipasa editará una serie monográfica audiovisual de varios capítulos con las principales reflexiones de cada uno de los diálogos. La serie se publicará en el canal de Seipasa en Youtube y en sus perfiles de redes sociales.

Además, los diálogos estarán divididos por temáticas (mercado, regulación internacional, digitalización, cadena agroalimentaria...) y adoptarán el formato de mesa de debate moderada por un especialista de la compañía.

Desafíos

Para Juan Manuel López, director de marketing de Seipasa, el objetivo de esta acción es tomar el pulso de la industria y construir una reflexión profunda acerca de los desafíos que



“

“Fruit Attraction es un polo de atracción para todo el sector hortofrutícola a nivel internacional”

van a transformar la agricultura en los próximos 10 años. “Fruit Attraction es un polo de atracción para todo el sector hortofrutícola a nivel internacional. Queremos aprovechar este evento, y la confluencia de los múltiples puntos de vista que convergen en él, para enriquecer el aná-

lisis acerca de todos los cambios que se van a producir en el corto y medio plazo, y cómo las empresas debemos responder ante ellos”, ha asegurado López.

'Hablamos de sostenibilidad y rentabilidad' se celebrará los días 22 y 23 de octubre en el stand de Fruit Attraction (7D12) dentro del pabellón 7.

Acerca de Seipasa

Seipasa es una empresa española pionera en la formulación y desarrollo de tratamientos para la protección natural, la bioestimulación y la nutrición de los cultivos. Desde hace más de 20 años, la compañía formula y registra soluciones de alto valor tecnológico que se aplican en las agriculturas más exigentes del planeta. Seipasa está establecida en más de 20 países en todo el mundo.



Seiland®

Raíces fuertes, cultivo sano



Fruit Attraction
Pabellón 7 - Stand 7D12
22 - 24 Octubre 2019
MADRID



SEIPASA is GOLD SPONSOR
Biostimulants World Congress
Stand 105
18 - 21 Noviembre 2019
BARCELONA

Infórmate en tel. 962 541 163 • www.seipasa.com
consulta@seipasa.com • [f](#) [t](#) [@](#) [in](#) [v](#)





fruit attraction



Socios de CASI en Fruit Attraction 2018.

CASI conmemorará su 75 aniversario en Madrid con clientes de toda Europa

La cooperativa Agrícola San Isidro alcanza sus 'bodas de diamante' coincidiendo con el comienzo de la campaña y la celebración de Fruit Attraction

□ fhalmería

Ha estado en todas las ediciones de la muestra madrileña y siempre ha destacado como la primera cooperativa productora y comercializadora de tomate que es. El stand de CASI en Fruit Attraction siempre destaca por superficie, diseño y capacidad para congregar a los visitantes. Este año será especial porque cumple tres cuartos de siglo, desde su fundación allá por 1944. Es la decana del cooperativismo agrario en nuestra provincia y hará gala de su experiencia, repasará su larga historia y proyectará una imagen moderna para seguir mirando al futuro.

“

El valor de sus productos está avalado por el buen hacer de sus más de 3.000 productores y profesionales, después de 75 años de éxito y reconocimiento internacional

CASI ocupará una de las islas principales del pabellón número 9 de IFEMA. Su stand será el 9D07, justo en el pasillo central del hall más visitado de la feria. Lucirá con orgullo el logotipo conmemorativo del 75 aniversario, junto con sus marcas tradicionales y otras nuevas que se presentarán en la capital española, coincidiendo



Espacio expositor de CASI en la feria el año pasado. / RAFA VILLEGAS

con la muestra. La apuesta por el sabor a través de toda la familia de asurcados y de otros productos como el tomate cherry tendrá un lugar destacado en la planificación de la cooperativa para esta edición de FA.

La agenda está repleta de actividades entre presentaciones de nuevas líneas de producto, acuerdos de producción/comercialización en exclusiva o guiños a nuestra tierra coincidiendo con este 2019 en que Almería es Capital Española de la Gastronomía. El equipo de profesionales de CASI que acudirá a la feria está formado por más de una treintena de personas, que representan a todos los



Stand de CASI en Fruit Attraction 2018. /R. V. A.

centros y las principales áreas de la entidad. La agenda está repleta de encuentros con clientes de España y el resto de Europa.

Uno de los mensajes que CASI quiere transmitir en Fruit Attraction es que el valor de sus productos está avalado por el buen hacer de sus más de 3.000 productores y profesionales, después de 75 años de éxito y reconocimiento internacional. En este sentido pondrá en valor el tomate de Almería por la experiencia de sus agricultores, las condiciones climáticas que se dan, la salinidad de las aguas y una buena selección varietal.

La cooperativa no ha querido desvelar hasta ahora los detalles

“

CASI nació de la mano de menos de un centenar de productores de la vega y de las huertas de Almería hace ahora 75 años

de las acciones que se llevarán a cabo, muchas de ellas de gran calado a nivel internacional. Éstas se irán conociendo sobre la marcha, a lo largo de los 3 días de feria. Como todos los años un grupo de 50 socios productores de la cooperativa viajará a Fruit Attraction para conocer lo último del sector y poder aplicarlo después en su día a día.

CASI nació de la mano de menos de un centenar de productores de la vega y de las huertas de Almería hace ahora 75 años. Hoy suman dos millares. Por aquel entonces ocupaba un pequeño puesto en el mercado de abastos de la ciudad. Ahora cuenta con 6 centros: Partidores, Aeropuerto, San Isidro, Poniente, Adra y Alhama. Comenzó cultivando patatas, principalmente, hoy es líder en tomate y ha ampliado su catálogo con otras hortalizas: calabacín, pimiento, berenjena o sandía. Los métodos tradicionales de los comienzos, han dado paso a las instalaciones más modernas, los procesos y normas de calidad más exigentes, agricultura convencional y ecológica, ... Como dice el lema de su aniversario, CASI es "Tradición con Futuro".



con la
SEGURIDAD
DE **75 AÑOS**
DE TRABAJO

SOMOSCASI

somoscasí.es



El stand de Grupo Agroponiente en Fruit Attraction será escenario de la presentación en Madrid de 'Almería 2019, Capital Española de la Gastronomía'

Será en el Pabellón 9 de IFEMA (stand 9D03), donde durante tres días, del 22 al 24 de octubre, se desarrollarán presentaciones, citas de negocio y promoción de las tres empresas que configuran el Grupo: Agroponiente, Vegacañada y Lara Castañeda

□ fhalmería

Grupo Agroponiente va a volver a estar presente en la Feria Fruit Attraction de Madrid, que este año cumple once ediciones, en todas las cuales ha estado presente Grupo Agroponiente, fiel a una cita que se ha consolidado de manera clara como el gran punto de encuentro del negocio hortofrutícola.

Una cita ya fija cada campaña, que este año, además, va a contar con un momento muy especial, puesto que el stand de Grupo Agroponiente (9D03, Pabellón 9) ha sido el espacio escogido para la presentación oficial de 'Almería 2019, Capital Española de la Gastronomía' en Madrid. Será un acto (martes 22, 13.00 horas) que incluirá una doble vertiente, institucional y de promoción. En la parte institucional, estará presente e intervendrá el alcalde de Almería, Ramón Fernández Pacheco-Monterreal, así como diferentes representantes institucionales de diferentes administraciones; mientras que en la promocional, se llevará a cabo una acción que pondrá de manifiesto la importancia de las frutas y hortalizas en la cocina y en la gastronomía de Almería.

El CEO de Grupo Agroponiente, Jorge Reig, asegura que "la realidad es que las frutas y hortalizas son un elemento fundamental no solo de la gastronomía almeriense, sino de la provincia en general. Somos conocidos por nuestra producción alimentaria y en concreto la hortofrutícola. Como productores y comercializadores, nos sentimos parte de la capitalidad gastronómica y, de hecho, somos patrocinadores principales. Para nosotros es un orgullo que la presentación oficial en Madrid vaya a ser en nuestro stand de Fruit Attraction, donde además nuestra gastronomía podrá mostrarse ante todo el sector a nivel europeo".

Además, será la primera Fruit Attraction de Grupo Agroponiente tras la adquisición de la empresa



Lara Castañeda, lo cual, unido ya a las empresas Agroponiente y Vegacañada, ha representado una notable ampliación de las cifras globales del Grupo y, por tanto, de su capacidad operativa ante los mercados y de respuesta ante los agricultores.

Así, el stand volverá a mostrar todo el potencial de la compañía en su amplia gama de productos (tomate, pimiento, pepino, berenjena, calabacín, judía, melón, sandía, tropicales y otros), tanto en sus líneas convencionales como en las ecológicas. De hecho, el stand estará estructurado haciendo especial hincapié en la promoción de determinados productos, como la línea de tomate Verde y Raf de su empresa especialista en tomate,

Vegacañada, que ya tuvo una especial promoción en la anterior edición de la feria; la sandía Kisy, una variedad del tamaño de una naranja, cuya piel se retira con facilidad, posibilitando su consumo como una fruta individual; su aumento de potencial en producción propia, especialmente en calabacín, berenjena, pimiento y judía; y por supuesto la línea de productos ecológicos, que cada campaña crece en volumen, calidad e implantación.

En el stand de Grupo Agroponiente primará la operatividad, con 128 metros en un gran espacio abierto, con zonas privadas y otras públicas diseñadas para el trabajo del amplio equipo comercial que se desplazará para mantener los

habituales contactos con clientes y la promoción del producto de nuestros agricultores ante clientes potenciales.

Y es que el objetivo de la presencia de la empresa en Fruit Attraction, por undécimo año consecutivo, vuelve a ser establecer un punto de encuentro destacado con los clientes y, al mismo tiempo, continuar promocionando el modelo de comercialización de la compañía, basado en el servicio, tanto a agricultores como a clientes, que persigue consolidarse como la primera multinacional agroalimentaria del Sur de Europa.

El CEO de Grupo Agroponiente, Jorge Reig, no duda en señalar que "se trata de tres días muy in-

tenso y al mismo tiempo de gran relevancia para nuestra empresa, al igual que para el resto del sector, puesto que cada año se viven en Fruit Attraction multitud de contactos con importantes clientes, se cierran o renuevan operaciones, se establecen estrategias conjuntas entre empresas y se realiza una labor de planificación de la campaña en un auténtico congreso europeo, y en parte mundial, de nuestro sector, donde se recogen las últimas tendencias tanto de los productores como de los consumidores. Como cada año, nosotros acudimos con todo nuestro potencial, dispuestos a aprovecharlo al máximo y rentabilizarlo en beneficio del tejido productivo y de nuestros clientes".



**“Cobro lo que
vale mi producto”**

ESE ES EL VALOR DE ESTAR JUNTOS

Agroponiente
GRUPO



Anecoop elige Fruit Attraction como vitrina de sus líneas Bio, 'Residuo 0' y formatos de consumo fácil

El Grupo Anecoop acude este año a Madrid con más sabor almeriense que nunca, sumando a los productos en fresco una novedad de Hortamar de 'Bouquet para preparar' para el mercado francés

□ Rafa Villegas

El Grupo Anecoop sorprendió muy positivamente en la pasada edición de Fruit Logística con un espacio expositor de grandes dimensiones en el Pabellón 5 con varias zonas claramente diferenciadas. En la presente edición, la cooperativa de segundo grado repite estrategia.

En concreto, Anecoop ha dividido su stand, que es el 5E01/02, en una zona destinada a la producción ecológica –con representación de Solagora y de la oferta con su marca Bouquet Bio–, otra para su gama de frutas y hortalizas frescas, tanto de producción convencional como 'Residuo 0', así como una tercera en la que expondrá sus propuestas de Express Slow Food. Estas últimas están todas elaboradas con productos hortofrutícolas frescos, de la mano de Janus Fruit, una de las empresas del Grupo, y de su marca '¿Y si? De Bouquet'.

En el apartado del Express Slow Food, Anecoop presenta en esta edición de Fruit Attraction una gran novedad. Se trata de su bebida probiótica de té fermentado Kim Kombucha, además de la ampliación de su deliciosa gama de hamburguesas vegetales, elaboradas todas ellas sin harinas refinadas y sin gluten.



■ Carlota Pardo, responsable de comunicación de Anecoop. / RAFA VILLEGAS

Hortamar

Anecoop también dispone este año de un espacio refrigerado adicional para mostrar su línea de bandejas con vegetales frescos listos para su cocinado. Se trata de 'Bouquet para preparar', una línea en la que van a presentar importantes novedades de la mano de la cooperativa almeriense Hortamar. El producto de la comercializadora de la provincia de Almería se destina íntegro al

“En el apartado del Express Slow Food, Anecoop presenta una gran novedad, su bebida probiótica de té fermentado Kim Kombucha”

mercado francés, en este caso bajo la marca 'Bouquet à cuisiner'.

Se trata de una serie de referencias especializadas en producto almeriense, como el tomate, pepino, pimiento, berenjena o calabacín con los que, al igual que en el caso de la línea que ya presentó en la pasada edición de la feria, se pueden preparar recetas saludables como cremas, sopas, platos vegetales, ensaladas o smoothies de manera fácil. Y es que, como cabe recordar, cada pack incluye una receta y los in-

gredientes justos para cocinarla. Para Anecoop, como viene demostrando año tras año, Fruit Attraction es una cita obligatoria en el calendario, ya que, como explicaron desde el Grupo, “no solo se trata de un punto de encuentro con la distribución mundial de frutas y hortalizas, también es un referente como foro de debate e información sobre temas especializados, así como de tendencias e innovación.



■ Productos de Bouquet de la gama Y sí. / R. V. A.



■ Espacio expositor de Anecoop en Fruit Attraction 2018.

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.



Miguel Flavián

• Consultor independiente en el sector agroalimentario e ingeniero técnico agrícola

A cualquiera que se pasee por la sección de frutas y hortalizas de un supermercado británico le llama la atención el surtido tan amplio que suelen tener, la IV y V gama, la comunicación sobre el origen de los productos, y también la cantidad de plástico que se ven, dado que la gran mayoría de los productos están envasados con film plástico y, en la mayoría de las ocasiones, con bandeja también. El mercado británico es distinto al español, y eso se refleja en la sección, como es natural.

Al igual que en España, los consumidores están muy preocupados por el destino de estos plásticos y el impacto tan negativo que tiene en el medio ambiente que no se reciclan y tratan de forma adecuada. La epifanía vino gracias a uno de los ídolos de la televisión británica, Sir David Attenborough, que acabó la segunda temporada de su serie Blue Planet con un episodio donde se hablaba del problema de la contaminación con plástico de los océanos. Su llamada a la acción, a la reducción en este caso, fue seguida por miles de consumidores y el impacto en las conciencias ha sido tal, que según un estudio de Waitrose, el 88% de las personas que lo vieron han modificado su comportamiento. Aunque ya era una cuestión de la que se hablaba desde hacía algún tiempo (se habían eliminado las pajitas de beber refrescos en muchos sitios, se estaba desincentivando utilizar vasos de café de un solo uso en las cafeterías etc.).

Las cadenas británicas, desde siempre, han trabajado con mayor o menor intensidad en la reducción de la cantidad de envases que ponen en el mercado, pero nunca lo han hecho con tanta intensidad como en este último año. El problema no es solamente la cantidad de plástico que se utiliza, si no que se utilizan también materiales compuestos y el sistema de selección y reciclado del Reino Unido es algo complicado. Cada distrito recoge y recicla la mayoría de los residuos que genera la población, y no todos tiene la misma capacidad. El resultado es que mucho plástico acaba sin reciclar.



Morrisons - Ofertas.

A la hora de analizar el uso del plástico en la cadena de suministro y la tienda, los supermercados han tenido en cuenta desde aspectos logísticos, como al efecto en la vida útil de los productos (ambos con mucho peso en la merma) y también la experiencia de compra. Los consumidores británicos esperan poder encontrar mucha variedad de productos en los lineales y también poder hacer la compra de forma rápida. Frutas y hortalizas envasadas y con códigos de barras son muy útiles para este objetivo.

En los últimos meses hemos podido ver muchas iniciativas en las tiendas, algunas con mayor impacto que otras, pero sin duda con el objetivo de reducir:

- Más graneles. Lo estamos viendo en algunas tiendas de Sainsbury's, Tesco y Morrisons, donde están poniendo más referencias de alta rotación en graneles. Waitrose está yendo más allá que todos, aunque por ahora es un piloto limitado a una tienda.
- Eliminación de las bolsas de plástico que se utilizan en los graneles. Algunos como Morri-



Tesco - Piloto Graneles.

¿Secciones de frutas y hortalizas sin plástico?



Sainsbury's - Bolsas reusables.

sons y Marks & Spencer han optado por sustituirlas por bolsas de papel y otros las ponen de bioplástico que es compostable (un buen número de británicos viven en casa con jardín y muchos tiran los restos orgánicos en el tonel de hacer compost para fertilizar el jardín). Sainsbury's ha decidido eliminar cualquier tipo de bolsa de la sección y, o bien los clientes traen las suyas propias o compran unas bolsas reutilizables en la misma tienda.

• Cambios en el envase de los productos. Además del aumento del granel, podemos percibir una simplificación (algunas referencias se venden sin bandeja, envasadas únicamente en film plástico) y cada vez se utiliza más cartón o papel. Las bandejas de productos ecológicos ya eran en muchos casos de pulpa de papel o cartón y ahora se está extendiendo a muchas otras referencias. Pero, de forma más interesante quizá, también se venden productos como manzanas y uvas metidos en bolsas de papel. El antiguo envase de plástico es sustituido de forma completa por el papel y los consumi-

res siguen teniendo un producto que pueden coger rápidamente y luego no hay que pesar en cajas. También vemos que se están utilizando más bioplásticos (derivados de fibras de plantas) en, por ejemplo, los vasos de zumo donde te puedes llevar un zumo de naranja recién exprimido.

Y, naturalmente, muchas acciones 'behind the scenes', que los consumidores igual no notan tanto, como la evaluación de los materiales, tratando de reducir el uso de multicapas que tienen tratamientos más complejos a la hora de reciclarlos, o utilizando más bioplásticos en los envases.

Las secciones de frutas y hortalizas están dominadas por productos de la marca de distribuidor, y por eso las cadenas están liderando estos cambios en la sección.

Va a ser muy difícil que se consiga eliminar el plástico completamente de estas tiendas de gran consumo, pero está claro que su compromiso es claro: están al lado de sus clientes, y si éstos demandan ahora menos plástico, van a hacer lo posible por satisfacer este deseo.



Waitrose - Graneles.



Frutas Escobi avanza en nuevos destinos aumentando su presencia geográfica

La empresa ejidense continúa con su hoja de ruta y aprovechará Fruit Attraction para “acercarnos de una manera muy directa y personal a potenciales clientes que se encuadrarían en nuestro proyecto de expansión”

□ Elena Sánchez

Frutas Escobi está completando un más que positivo 2019, gracias a que se están logrando llevar a buen puerto los objetivos marcados para este año, principalmente, debido al excelente trabajo realizado por cada uno de los departamentos de la empresa. Una de las pruebas de ello es “el avance que estamos realizando en la presencia de nuevos destinos, que nos está permitiendo continuar nuestra hoja de ruta marcada”, explica Gabriel Escobar Fernández, responsable del Departamento Comercial de Frutas Escobi. De hecho, para Escobar, la celebración de Fruit Attraction “nos va a permitir acercarnos de una manera muy directa y personal a potenciales clientes que se encuadrarían, sin duda, en nuestro proyecto de expansión, por lo que valoramos mucho la llegada, en estas fechas, de este importante evento hortofrutícola”.

Y es que, como bien explica Gabriel Escobar Fernández, “año tras año, la feria ha ido experimentando un crecimiento conti-



■ Gabriel Escobar Rubio y Gabriel Escobar Fernández.

nuado, tanto en cantidad de asistentes como en la calidad del propio evento, ya que vemos cómo cada vez encontramos representación de destinos más diversos, así como la organización es cada vez mejor, incorporando, por ejemplo, numerosas novedades, no solo en los productos agroalimentarios, sino también en el sector de la industria auxiliar”.

Por ello, para el responsable comercial de Frutas Escobi, “visitar IFEMA estos días es una oportunidad para estar al día de todas las novedades y tendencias que van surgiendo en el sector, así como una ocasión en la que coinciden en un mismo espacio numerosos agentes que de otra forma no podría ocurrir. Esto nos permite tener contacto con muchos profe-

sionales en un espacio de tiempo reducido”.

Sin embargo, Frutas Escobi no solamente está trabajando en el aumento de la presencia geográfica de la empresa, sino que tiene abiertos varios frentes y está inmersa en numerosas actividades paralelas en pro del sector hortofrutícola almeriense. Ejemplo de ello es la participación y el apoyo

en jornadas técnicas, “con las que ayudamos a compartir el conocimiento y fomentamos nuestra agricultura con el fin de seguir evolucionando. Además, de que está más que contrastada la importancia de dichas actividades como valor añadido para el sector”, asegura Gabriel Escobar Fernández.

Asimismo, Escobi también está comprometida con la formación agraria mediante el recibimiento de estudiantes a sus instalaciones. Según explica Escobar, “el objetivo de estas visitas es acercar a estos estudiantes la realidad de nuestro sector, así como descubrirles la forma en que se trabajan muchos de los productos que más tarde pueden ver en sus propios hogares. Si bien es cierto que cada visita es diferente, en términos generales, lo que más nos transmiten estos estudiantes es la impresión que les ocasiona la forma de trabajo, que en muchas ocasiones viene motivada por un desconocimiento por parte de estos visitantes, pero para eso estamos las empresas como la nuestra para poder acercarlos un poco más al campo y a su realidad”.

30 Aniversario
1988-2018 ESCOBI





La exportación de flor y planta viva ha generado 280,5 millones de euros

Del total exportado de enero a julio de 2019, el 84 por ciento es de planta viva, siendo la planta de exterior la que más se vendió

□ Carlos Gutiérrez

La exportación española de flor y planta viva de enero a julio de 2019 ha crecido, e IFEMA y FEPEX, como organizadores del evento Flower&Garden Attraction, trabajan para que los canales de comercialización se desarrollen para que este sector siga creciendo.

La exportación de flor y planta viva ha crecido este año un cinco por ciento en relación al mismo periodo de 2018, efectuando un total de 280,5 millones de euros. De ese total, 234 millones de euros corresponden exclusivamente a planta viva, de la cual, 105 millones

de euros corresponden a planta exterior, 55,1 a planta interior. En cierta medida, esta evolución se debe al crecimiento de árboles y arbustos, con una exportación de 45 millones de euros.

Respecto a las exportaciones de flor cortada, en los siete primeros meses de 2019 ascendió a 33,5 millones de euros, con un crecimiento del 28 por ciento en relación al mismo periodo de 2018 debido en gran parte a la evolución positiva de las ventas de rosas, con un 98 por ciento más y totalizando 11,4 millones.

En cuanto a las importaciones españolas de flor y planta viva, se experimentó un au-

mento hasta julio del siete por ciento, lo que consiguen un total de 144,5 millones de euros importados. De ese total, 79 millones de euros corresponden a planta viva, 51 millones de euros a flor cortada, ocho millones a bulbos y 6 millones a follaje.

A colación de las importaciones, la Federación Española de Productores y Exportadores destaca que “el incremento de las importaciones desde 2012 en más de un 75 por ciento refleja una mejora significativa del consumo privado de flores y plantas en España, la actividad de centros de jardinería y la venta de estos productos en supermercados”.

Casi mil profesionales invitados potenciarán el Programa de Compradores Internacionales de Fruit Attraction

□ C. G. G.

Fruit Attraction potencia su Programa de Compradores Internacionales con una propuesta que permite a las empresas productoras nacionales participantes en la Feria seleccionar a los profesionales de fuera de España que quieren invitar al Salón para potenciar su negocio. Para ser exactos, IFEMA acoge-

rá del 22 al 24 de octubre a 958 compradores de diferentes puntos geográficos del mundo.

De estos casi mil compradores, se encuentran profesionales de la cadena de compras y distribución mundial, con alto poder de decisión en su empresa y capacidad para negociar en la Feria. De este modo, el Programa de Compradores Internacionales se trata de una iniciativa que cons-

tituye una de las herramientas más eficaces para rentabilizar la participación de las empresas, así como una de las más valoradas por los profesionales.

Cabe destacar que los países importadores invitados este año son India y Singapur. Ambas potencias asiáticas, sobre todo Singapur, son grandes importadores de frutas y hortalizas puesto que apenas son productores.



Logo oficial de Innovation Hub. /FHALMERIA

Innovation Hub, el espacio de innovación de productos de la feria

Esta iniciativa es una gran oportunidad de promoción y visibilidad de los productos de Fruit Attraction

□ C. G. G.

Fruit Attraction vuelve a presentar su área de innovación de productos hortofrutícolas INNOVATION HUB con la que promocionará los productos estrella de la Feria.

Así, Fruit Attraction con esta iniciativa muestra al conjunto de la industria hortofrutícola internacional la innovación como uno de los pilares de una industria moderna, adaptada a los nuevos perfiles de consumo.

De este modo, un total de 53 productos y servicios estarán expuestos en INNOVATION HUB. Además, 12 productos y servicios hortofrutícolas serán

seleccionados por el jurado de los Premios Accelera. Estos premios reconocen al emprendedor empresarial del sector hortofrutícola, así, los finalistas optarán al reconocimiento al mejor proyecto en las dos categorías propuestas, Premio F&V Industry y Premio Fresh Produce, con un premio de 6.000 euros cada uno.

Desde Fruit Attraction se recuerda que todas las empresas participantes en INNOVATION HUB podrán presentar su producto a los Premios Accelera, cuyo objetivo principal es valorar el esfuerzo en I+D+I (Investigación, desarrollo e innovación) del conjunto del sector, y de cada empresa en particular.





Juan Segura

• Presidente de Coprohnijar

“A nuestros tomates y calabacines ecológicos se han sumado pepino, pimiento y berenjena”

La cooperativa del Levante almeriense cuenta ya con unas 150 hectáreas de cultivo ecológico, un 35% del total, lo que ha llevado a aumentar sus instalaciones en más de 12.000 metros cuadrados

□ **Almudena Fernández**

Coprohnijar, constituida en 1987 y reconocida como Organización de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH) en 1997, cuenta con unos 150 socios que suman un total de 500 hectáreas y alcanzan una producción global de más de 45.000 toneladas valoradas en cerca de 45 millones de euros. Su principal cultivo es el tomate, que supone alrededor del 70% del volumen de la cooperativa y el cultivo ecológico su gran baluarte. Juan Segura es su presidente desde el año 2013.

Coprohnijar tiene en Fruit Attraction una de sus citas ineludibles de cada año, ¿cuáles son sus perspectivas?

A excepción del primer año, Coprohnijar ha acudido siempre a esta importante feria de Madrid (stand 9B03) porque creemos que se celebra en una fecha muy interesante para Almería, justo al inicio de la campaña. Hasta el momento siempre ha sido una ocasión estupenda para ver prácticamente a todos nuestros clientes, pero también para estudiar nuevas posibilidades de negocio. Debido a esa actividad, viajamos ya con muchas reuniones cerradas en agenda pero, igualmente, estamos abiertos a encuentros comerciales.

Coprohnijar se ha diferenciado estos años por su apuesta por el ecológico, ¿qué dimensión ocupa ya este cultivo en el montante global?

Al cierre de la última campaña, el cultivo ecológico suponía para Coprohnijar un 20%, pero en la campaña que iniciamos ahora hemos dado

“Coprohnijar fue pionera en la provincia de Almería en apostar por producción integrada”

un salto hasta un 35%, con alrededor de 150 hectáreas. Además, a los cultivos de tomate y calabacín que ya hacíamos en ecológico hemos aumentado la gama con la incorporación de pepino, pimiento y berenjena. En Coprohnijar hemos intentado avanzar con el sector agrícola de la provincia de Almería y la apuesta por el ecológico llegó en ese camino por no quedarnos atrás y buscar nuevas formas de producir. De hecho, fuimos pioneros en la provincia en apostar por producción integrada.

En esta línea, han hecho una fuerte apuesta logística para responder a la demanda de ecológico.

Sí. Estamos a punto de poner en marcha una nueva nave de unos 12.000 metros cuadrados destinada en exclusiva a producto ecológico. Ha supuesto una inversión importante en cuanto a obra y maquinaria y tenemos unas perspectivas muy altas en este segmento.

¿Pero en ecológico no vale más ser prudente?

Es cierto que la cuota de mercado de los productos ecológicos no es tan amplia como la de cultivos convencionales. No hay que lanzarse sin meditarlo porque se nos puede volver en nuestra contra, pero creemos que si se hace con cabeza es una salida más para nuestros productos; una salida que se está demostrando perfectamente viable.

¿Cómo valora en líneas generales la campaña 2018/19 en lo que respecta a su cultivo estrella, el tomate?

Fue una campaña bastante irregular con muchos altibajos, aunque no la calificaría como mala. Entre nuestros agricultores hay algunos que sí les ha ido medianamente bien y otros que no hacen tan buen balance. Todo depende de en qué momento te pille el cultivo cuando bajan las cotizaciones. En Coprohnijar producimos casi 35 millones de kilos de tomate cada año, durante los doce meses. De estos, unos 25 millones de kilos se corresponden con tomate cherry.

Entonces ¿la producción de tomate ha crecido o disminuido?

En el volumen total, durante campaña anterior crecimos un 5%. Pese a todo, no hubo tantos virus como en otras campañas y no fue un invierno especialmente duro. La producción fue bien, es decir, los problemas de campaña vinieron más por la saturación de los mercados en determinadas épocas.



■ Vista del expositor de Coprohnijar en la edición anterior de Fruit Attraction. /E. SANCHEZ



■ Juan Segura, presidente de Coprohnijar, en la edición de 2019. IRAFA VILLEGAS

¿Cuáles son los principales mercados de destino para Coprohnijar?

En el mercado nacional se queda muy poco. Casi el 90% de nuestros productos se exportan, sobre todo, a países de la Unión Europea.

¿Qué perspectivas ve para el tomate en el Levante almeriense de cara a esta campaña 2019/20?

Se ha iniciado con un descenso en cuanto a la superficie. En nuestro caso concreto hemos perdido casi 30 hectáreas de tomate. En la zona en general, hay muchos agricultores que han optado por otros cultivos como el calabacín porque en tomate cada vez hay más competencia, alguna desleal, y los costes de producción también se han incrementado. Ahora mismo no nos preocupa pero si esta tendencia de pérdida de superficie fuese al alza sí podría suponer un problema porque, en primer lugar, perdemos cuota de mercado en tomate pero, en segundo lugar, también podría perjudicar a otros productos que se van a sobrecargar como calabacín o pimiento. En cualquier caso, en estas primeras semanas de la campaña 2019/20 tenemos esperanza e ilusión en que sea mejor que la anterior y en ello estamos todos trabajando en el sector”.



Lo natural es lo nuestro

COPROHNIJAR

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

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



Intersemillas presenta su amplio catálogo de variedades en Fruit Attraction 2019

□ Elena Sánchez

Intersemillas acude a Fruit Attraction 2019 con el principal objetivo de dar a conocer sus principales variedades de cucurbitáceas y solanáceas adaptadas a diferentes zonas de cultivo de la geografía española y cuyos resultados en campo están siendo más que positivos.

Melón

En este sentido, dentro del catálogo de melón, los piel de sapo de carne naranja de Intersemillas “nos hacen diferentes”. Sorolla se caracteriza por su carne naranja, manteniendo el sabor tradicional de los melones piel de sapo, pero con la innovación en el color. Cuando llega su madurez, sorprende por su carne crujiente, de excelente calidad organoléptica e increíble conservación logrando un peso que oscila entre los 2,5 y 4,5 kilos.

***Pinazo** es la novedad en melón piel de sapo de carne naranja. Esta variedad destaca por la uniformidad de pesos y formas independientemente de la zona y época de cultivo. Ofrece unos frutos de forma oval-redondeada y se adapta tanto a cultivos precoces bajo invernadero, donde obtiene 1,5 kg de peso medio, como al aire libre en pleno verano donde el tamaño puede aumentar hasta los 3 kg. Es de escriturado medio, suave y longitudinal y aporta una excelente calidad organoléptica. La planta tiene un buen comportamiento frente a ataques de oídio.

Dentro del catálogo de melón piel de sapo de carne blanca, Intersemillas hace mención a Galgo, un fruto con escriturado longitudinal que define perfectamente el tipo tradicional. Este melón es de forma alargada y “gran tamaño” oscilando entre los 4,8-5,3 kg.

Junto a esta variedad, también destaca Conquistador, un melón que se caracteriza por su planta muy vigorosa, sana y altamente productiva. Su equilibrio entre azúcar y buen comer, unido a su tamaño medio y su carne consistente, lo hacen muy apetecible tanto para el mercado nacional como de exportación.

Sandía con microsemillas
Intersemillas cuenta con un catálogo



■ Pinazo.



■ Nabone.



■ Victorious.



■ Sorolla.

de sandías más que completo. Dentro de las diploides destaca la novedad Menina F1, una variedad de sandía rayada que presenta muy poca cantidad de microsemillas y más pequeñas que el resto de variedades actuales. La forma es perfectamente redonda con un peso medio entre 2-2,6 kg. Planta muy sana y vigorosa que le confiere extraordinaria producción y gran capacidad de polinización.

Por otro lado, en cuanto a las sandías triploides, las variedades más destacadas de Intersemillas son:

Reina Linda es una rayada sin semillas que destaca por su producción y precocidad. Se trata de una planta vigorosa de color oscuro, frutos redondos y tamaño mediano, de carne roja y alto contenido en azúcar, de recolección precoz muy abundante.

Reina Negra es la mayor en tamaño de las negras triploides. Es una variedad de piel muy oscura sin veteado y fruto grande de 7,5 kilos y forma redonda. Destaca por su buen brix y producción.

Asimismo, Cebra destaca por ser una variedad triploide del tipo reina linda con rayado más oscuro y similar peso (6-7 Kg). Aporta gran calidad de pulpa, perfecta puesta en boca y gran coloración. La producción resulta excelente tanto en cultivos de invernadero como al aire libre. Forma redondeada, buen brix, muy buen comer y color interno. Muy buena producción.



■ Menina, sandía con microsemillas.

Finalmente, dentro de las sandías sin semillas, Intersemillas hace mención a Cálida, variedad de piel muy oscura y de perfecta uniformidad. Sus frutos son de tamaño medio de 4,5 kilos y extraordinario brix, con carne crujiente de perfecto sabor.

Pimiento

La casa de semillas continúa destacando Nabone, variedad del tipo dulce italiano para cultivo tanto al aire libre como en invernadero. Se trata de una planta muy vigorosa, de aspecto sano y extremadamente productiva. Su fruto es muy largo y rojo en madurez, entre 23-24 cm de longitud, recto y sin acordeón, con piel prácticamente lisa.

Tomate

Dentro de la gama de tomates, Intersemillas presenta su novedad en tomate pera, Sampras, un tomate indeterminado de extraordinarias prestaciones. Los frutos son de gran calibre, una media de 160g, y dureza, con muy buena uniformidad incluso en la formación de ramos. Su planta cuenta con muy buena tolerancia a TSWV y virus de la cuchara, es muy poco susceptible al blossom end rot.

Igualmente, también destaca Burbuja, tomate cherry redondo, que destaca por su gran uniformidad y perfecta formación de racimos. Frutos de color rojo intenso, sin rajado y consistentes.

Pepino

Otra cucurbitácea que responde con grandes expectativas es el pepino Victorious. Variedad tipo francés, de color muy oscuro y partenocárpico, con un tamaño de



■ Maza.

21x4,4 cm y un peso medio de 240 g. Planta vigorosa, oscura y muy sana atendiendo a su carga de resistencias. Destaca por su gran producción, precocidad y uniformidad.

Calabacín

Esencia es una apuesta segura en calabacín por parte de Intersemillas. Se trata de una variedad oscura, de planta abierta y frutos largos sin apenas jaspeado. Destaca por su excelente producción y su resistencia a oídio.

Cebolla

Finalmente, en el catálogo de cebolla, Intersemillas destaca cuatro variedades: Belynda, variedad de día corto y ciclo extraprecoz cuyo fruto mantiene bien su forma incluso en la sobremaduración dando cebollas de muy buen color; Neymar, también variedad de día corto, para ciclo tardío, destaca por su buena uniformidad y tamaño del bulbo. Resiste muy bien la subida a flor y tiene gran dureza y conservación; y Osaka es una variedad extraprecoz tanto para el mercado de manojos como en seco. Gran rapidez en la formación de bulbo y excelente comportamiento en condiciones de humedad durante la primavera. Finalmente, la propuesta de Intersemillas para día largo es Maza, una variedad con planta muy vigorosa de color verde intenso, que produce bulbos de buen tamaño y muy buen color.



Cooperativas Agro-alimentarias de Granada presentarán sus novedades en productos hortofrutícolas y experiencias de consumo

Participan con un stand conjunto de 400 metros cuadrados en el Pabellón 9, además, tienen espacio expositivo propio Granada La Palma, El Grupo-Unica Group, Procam, SAT Hortoventas, Centro Sur, Cosafra y Hortovilla, entre otros

□ **Rafa Villegas**

La provincia de Granada está, un año más, muy bien representada en Fruit Attraction. Cooperativas Agro-alimentarias de Granada regresa a la feria madrileña con un espacio expositivo de 400 metros cuadrados en el Pabellón 9 de IFE-MA.

Al stand conjunto se suman los particulares de Granada-La Palma, El Grupo-Unica Group, Procam, SAT Hortoventas, Centro Sur, Agrícola San Francisco 'Cosafra', además de Los Gallombares, Hortovilla y San Isidro de Loja. Hay que sumar a esta lista otras cinco comercializadoras que, en este caso, expondrán bajo el paraguas de Espárrago de Granada, como es el caso de Agroláchar, Vegachauchina, Espafón, Agromesía y Espalorquiana.

Respecto a la participación de Cooperativas Agro-alimentarias de Granada, el presidente de esta fede-



“

El presidente de la federación, Fulgencio Torres, considera que la feria “nos brinda la oportunidad de encontrarnos con nuestros clientes y presentar todas las novedades”

ración provincial, Fulgencio Torres, explicó que “esta feria internacional nos brinda la oportunidad de encontrarnos con nuestros clientes, a los que presentamos novedades comerciales, nuevas tendencias...”. Y es que, como añadió Torres, “tenemos una oferta muy diversa, que atiende a los gustos del consumidor europeo”.

El presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de Granada ase-

guró, por otra parte, que “nuestro reto es seguir fidelizando a nuestros clientes, compartiendo la envidiable calidad y la seguridad alimentaria de nuestras producciones”. Para Torres no cabe duda de que “estamos en un buen momento para preparar la nueva campaña con nuestros clientes, con una extensa variedad de frutas y hortalizas”.

La federación aglutina a unos 6.000 agricultores que trabajan por “conseguir producciones más eficientes y sostenibles”, como apuntó Torres.

El presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de Granada también dejó claro que se encuentran en pleno proceso de “modernización de nuestras explotaciones”, a la par que están implementando acciones que mejoran los rendimientos de las plantas, minimizando el consumo energético y la huella hídrica”.

Fruit Attraction es, sin lugar a dudas, el escaparate ideal para mostrar la producción agrícola de las empresas granadinas.



INTERSEMILLAS

INNOVACIÓN · SERVICIO · ASESORAMIENTO

SANDÍA

MENINA
CON MICROSEMILLAS

Exclusivo

bajo contenido en semillas



La producción de alimentos saludables y la sostenibilidad, temas centrales de Cajamar en Fruit Attraction

□ Rafa Villegas

El Grupo Cajamar acompaña un año más a las empresas y cooperativas agroalimentarias que se dan cita en Fruit Attraction, con la presencia de una amplia representación institucional y profesional en el stand 7D10 del Pabellón 7 de Ifema, un lugar diseñado para contribuir a facilitar relaciones comerciales e institucionales.

Consejeros y directivos del Grupo Cajamar en Andalucía, la Comunidad Valenciana, Región de Murcia, Cataluña, Baleares y Canarias, y profesionales y técnicos de otras comunidades, acompañarán al tejido empresarial que se da cita en esta feria internacional.

Durante las tres jornadas en que se celebra Fruit Attraction llevarán a cabo un intenso programa de intercambio de experiencias y conocimiento, con la finalidad de enriquecer, cooperar y ayudar a encarar el futuro más inmediato, y los retos principales que se han de afrontar de cara a la Agenda 2030: la sostenibilidad y la salud, la producción de alimentos saludables. Para ello se han programado asimismo encuentros y diálogos entre expertos de la banca cooperativa Cajamar y reconocidos especialistas del sector, que expondrán su propio conocimiento en relación al aprovechamiento de los recursos hídricos, biotecnología vegetal y nutrición y salud, dando cuenta de la evolución habida hasta ahora y las tendencias que se vislumbran para la próxima década.

Este programa de transferencia de conocimiento incluye además varias mesas redondas que se celebrarán en el expositor del Grupo Cajamar del 22 al 24 de octubre y que contarán con la participación de empresas cuya experiencia comercializadora servirá de modelo sobre lo que ya se está trabajando en sostenibilidad y alimentos saludables.

Programa del martes

En el primer día de feria, a las 11 de la mañana, dará comienzo la jornada sobre 'El consumidor de 2030. Sostenibilidad y salud', en



Stand de Cajamar en Fruit Attraction 2018.



Mesa redonda el pasado año sobre nutrición y bienestar.

el que se ofrecerá una visión panorámica de los retos y tendencias del sector. Le seguirá una exposición de productos de AMC Group en el marco de los talleres experiencia 360. Ya a las 12, dentro del mismo bloque temático, tendrá lugar una charla a cargo de Suez Ingeniería, un diálogo a dos sobre '¿De qué manera se comerá en 2030?' a cargo de El Estante y Restaurante Lienzo, así como una charla de Cocineros Tecnológicos y otro diálogo entre expertos, en este caso de Itacyl y Huercasa. El bloque concluirá con un panorama de tendencias entre Vitaris, Itacyl, Huercasa y Campelo, la exposición de productos de Itacyl y Naturae y una charla de Tierra de Sabor.

Durante la tarde, a las 15 horas, dará comienzo el bloque 'Industria y distribución. Un camino sostenible', en el que se le dará voz a Anecoop, a la propia Cajamar y a la Universidad de Córdoba, además de mostrar el panorama de tendencias, primero de Asedas, Apoexpa, Gurpo Caliche y Trops y, más tarde, a las 17 horas, a la Comunidad de Regantes de Lorca, a Azud y a la Universidad de Córdoba.

Programa del miércoles

El stand de Cajamar dedicará el miércoles 23 a tratar al futuro del sector agroalimentario a partir del incremento de una productividad sostenible; las oportunidades

biotecnológicas que ofrece la tecnología aplicada para la obtención de alimentos, así como a las posibilidades que brindan las energías renovables. Los nuevos alimentos, sus propiedades, la innovación en las frutas y verduras estarán sobre la mesa, como lo estará la alimentación que proporciona bienestar humano.

La jornada comenzará a las 11 para abordar un aumento de la productividad sostenible con tres diálogos a dos, en concreto entre expertos de la Universidad Politécnica de Madrid, entre Bayer Tecnología y Syngenta y, finalmente, entre Rijk Zwaan y Ramiro Arnedo.

Sobre 'Oportunidades biotecnológicas sostenibles', bloque temático que empezará a las 12 del mediodía, se tratará con un panorama de tendencias sobre tecnologías para alimentos sostenibles, de la mano de UPM-INIA, Hispattec, Universidad Politécnica de Madrid e Itum Grapes. También tendrán su espacio con voz propia el Centro de Biotecnología y Genómica de Plantas de la UPM-INIA y el Departamento de Biosistemas de la misma universidad.

Ya a la una está previsto que se aborde el tema de las 'Posibilidades de las energías renovables'. De las oportunidades para el sector hortofrutícola hablarán la Unión Española Fotovoltaica, la

UPM, y el Instituto de Diversificación y Ahorro de la Energía, a los que se sumarán, con espacio aparte reservado Cajamar.

A las 14 horas se hablará de 'Nuevos alimentos. Nuevas propiedades' con un taller sobre preferencias del consumidor a cargo de CTIC-CITA, Riberebro y Helios, así como con un diálogo a dos sobre tendencias entre CTIC y CITA y una charla de Santa Teresa Gourmet.

El bloque de 'Consumo 4.0' se abordará a las 16 horas con un diálogo a dos del Instituto de Oncología de Cataluña, así como un panorama de tendencias sobre nuevos alimentos a cargo de Agrocode Kimitec, Riberebro Gropu, CTIC-CITA y Santa Teresa Gourmet.

Finalmente, a las 17 horas, se hablará de 'Frutas y verduras. Alimentación saludable'. Para ello está previsto un diálogo a dos a cargo de la Academia Española de Nutrición y Dietética'.

Programa del jueves

La última jornada se centrará en la dieta mediterránea, el bienestar y la salud, e incluso se informará sobre experiencias de consumo en nuevos productos de frutas. La cita empieza a las 12 horas y prevé cuatro diálogos a dos a cargo de la Universidad de Málaga, la Universidad Complutense de Madrid, la Asociación 5 al Día y Helados Nordwik. A ello se suma un taller con exposición de productos a cargo de Herbex, Grupo La Caña y Biosabor.

Cajamar ha previsto un complemento a toda esta actividad de transferencia de conocimiento y de análisis, un taller de experiencias en el que, al hilo de la producción de alimentos saludables, se analizarán servicios y productos alimenticios que aportan un alto valor por su innovación y valor nutricional y las preferencias alimentarias del consumidor. De este modo, con la colaboración de los principales agentes del sector, el objetivo de esta actividad práctica es dar a conocer el avance que la producción de estos alimentos representa para la consecución de los objetivos marcados para el año 2030.

FUTURO

Futuro... nos vemos en Fruit.
Grupo Cooperativo Cajamar.
Pabellón 7. Stand 7D10.

Sí... [#futuro2030](#)





Vicasol lleva a Fruit Attraction su 40 aniversario con la presentación de Vicasol 3, su cuarta sede logística

□ fh almería

La cooperativa almeriense de primer grado, Vicasol, presentará en Fruit Attraction 2019, su 40 aniversario. Y lo hace con la puesta en marcha de Vicasol 3, la sede logística más tecnificada de la cooperativa, con una inversión global que supera los 26 millones de euros.

Ubicada en El Ejido, Vicasol 3 cuenta con las instalaciones para envasado, además de una gasolinera, un almacén de suministros, tienda, y cafetería. Acondicionada para acoger hasta 900 puestos de trabajo, la línea de ecológico tiene un apartado especial. Con cámaras frigoríficas y líneas exclusivas para la manipulación y envasado de productos bio.

Con el objetivo de mejorar la vida del agricultor Vicasol busca facilitar la labor de producción y comercialización de los agricultores de los municipios de El Ejido, Adra, Dalías, Berja, baja Alpujarra, entre otros, para estar más cerca de ellos, logrando así una mayor rentabilidad para sus producciones.

Vicasol 3 en cifras

Las nuevas instalaciones de la cooperativa de segundo grado en El Ejido albergan más de 125.000 m² urbanizados, una superficie de envasado prevista para manipular más de 100 millones de kilogramos de producto, entre convencional y ecológico. Además de 20.500 m³ de frío industrial, con cámaras frigoríficas específicas para los productos hortofrutícolas ecológicos.



Como explica el presidente de Vicasol, Juan Antonio González, la cooperativa lleva un total de seis años planificando la creación de esta nueva sede logística con el objetivo de “acercarnos a los socios de esta zona, y hacerles más sencilla y ágil la entrega de su cosecha”.

El 10% en ecológico

Otras de las novedades de esta campaña que Vicasol presentará en Fruit Attraction, es la consolidación del cultivo ecológico que representa ya el 10% de la producción total de la cooperativa. Una de las metas es seguir creciendo en la línea. Muestra de esta apuesta es el espacio dedicado en exclusiva para bio en la nueva sede Vicasol 3, el espacio

con el que ya cuenta en Vicasol 2, más Vicasol 4 en el Levante donde se manipula solo ecológico.

V Gama Delicias Vicasol

La V Gama Delicias Vicasol llega a la feria del sector más internacional de nuestro país, tras una campaña en la que la cooperativa ha presentado en el Salón Gourmets nuevas referencias en conservas y V Gama de la marca Delicias Vicasol. Así como en Andalucía Sabor, entre otras ferias más, donde han cosechado buenas críticas por parte del mundo gastronómico.

Este año la cooperativa de primer grado ha seguido creciendo y llegando a nuevos mercados más allá de Europa, como Estados Unidos, Canadá, Emiratos Ára-



bes y China, asistiendo a ferias y estableciendo nuevos contactos estratégicos.

Los retos 2020

Vicasol ya está trabajando en los próximos retos que se ha fijado para la próxima campaña: Seguir creciendo en número de socios, generar más empleo y lograr mejores márgenes para la sustentabilidad del agricultor.

Con motivo de su aniversario la cooperativa de primer grado ha impulsado su marca, con la creación del Departamento de Marketing, y la renovación de su casa digital, así como su entrada en nuevos canales de difusión como las redes sociales.

40 años al lado de los socios

Fundada en 1979, 40 años después, Vicasol celebra esta efeméride como una de las cooperativas líderes en la producción y exportación de productos hortofrutícolas, produciendo y envasando desde Almería hacia el resto del mundo. La última campaña alcanzó una facturación de 230 millones de euros.

Una de las señas de identidad de Vicasol es la relación de cercanía y transparencia que man-

tiene con el socio agricultor. Realidad que se demuestra con datos: Generación tras generación de una misma familia eligen seguir dentro de la cooperativa cuando les toca tomar las riendas del negocio agrícola familiar.

Vicasol se caracteriza por ser una cooperativa centrada en sus socios. De hecho cuenta con más de una veintena de servicios dirigidos al agricultor y sus familias, con el objetivo de “hacerle la vida más fácil, y que pueda centrarse en su actividad principal que es producir alimentos sanos de máxima calidad”, como explica, José Manuel Fernández, director general de Vicasol.

De hecho, este año la imagen de su 40 aniversario ha sido un grupo de socios de la cooperativa que en 2019 también han celebrado su 40 cumpleaños. Buena parte de ellos forman parte de familias que llevan toda su vida en la cooperativa.

Vicasol suma ya 4 sedes, ubicadas en La Puebla de Vícar (Vícar), Vicasol 2 en la carretera de La Mojónera (Vícar), Vicasol 3 en El Ejido y Vicasol 4 en Níjar (Almería). En la actualidad, Vicasol está formada por cerca de 1000 socios agricultores, y 2500 trabajadores, manteniendo una tendencia de crecimiento constante durante los últimos años.



Celebramos 40 años

trabajando desde Almería para el agricultor

Cumplimos 4 décadas con un modelo cooperativo centrado en las personas:

- Somos una familia de más de 3000 personas que crece y crece
 - Con una veintena de servicios exclusivos para el bienestar del agricultor y su familia
- Y todo igracias a ti!



Y tú, ¿quieres ser Vicasol?



22-24
OCT.
2019
MADRID - ESPAÑA

Nos vemos en Fruit Attraction del 22 al 24 de Octubre

Visítanos en el stand 9B05

Área Fresh Produce - Pabellón 9

Central: C/ Vicasol, 37
04738 Puebla de Vicar (Almería)
Tel.: +34 950 55 32 00
www.vicasol.es

Gracias por ser **VICASOL**



Biosol Portocarrero celebra su 20 aniversario en Madrid donde presentará sus principales productos en fresco y V gama

La empresa dará a conocer su amplia experiencia en el sector, así como, también, los visitantes podrán degustar su gazpacho ecológico, salmorejo ecológico sin gluten o productos frescos como tomate, berenjena o calabacín

□ Elena Sánchez

Biosol Portocarrero asiste, un año más, a la feria Fruit Attraction para, entre otros objetivos, continuar potenciando el consumo de productos ecológicos, así como para mostrar a visitantes y profesionales del sector todo el proceso de producción de dichos alimentos. Y es que, en la presente edición, además, la empresa almeriense celebra su 20 aniversario, dos décadas de experiencia durante las que la firma se ha dedicado, exclusivamente, a la comercialización de productos ecológicos teniendo una línea de trabajo que abarca toda la familia del tomate, así como el pepino, pimiento California, pimiento Palermo, italiano rojo, calabacín, berenjena, melón y sandía. Productos que los visitantes a la feria madrileña tendrán la oportunidad de degustar y otras especialidades como el gazpacho ecológico, el salmorejo ecológico sin gluten, el zumo de tomate cherry ecológico o el zumo de sandía ecológico.

A día de hoy, Biosol cuenta con unas 260 hectáreas propias y de socios productores (alrededor

de 30 socios), que se encuentran en diferentes zonas del sureste español, como Motril, Baza, Ciudad Real, comarca de Níjar o el Poniente almeriense. Un trabajo “organizado y planificado desde la producción hasta la comercialización”, como indica Josep Prat, director de Marketing de Biosol Portocarrero. Un trabajo que comienza en el invernadero y a partir del cual la empresa, ubicada en el excelente entorno del Parque Natural Cabo de Gata-Níjar, lleva a cabo un minucioso control de trazabilidad hasta que el producto llega a manos del consumidor asegurando un elevado régimen interno de control en todo el proceso de elaboración.

Biosol Portocarrero ha ido evolucionando en estos últimos veinte años de la mano del sector y gracias, también, al grupo de trabajadores con el que cuenta la empresa. A día de hoy, son más de 300 los empleados que trabajan en los diferentes departamentos de los que se compone Biosol: Elaboración, Logística, Administración y Finanzas, Laboral, Marketing, Comercialización, técnicos agrónomos, Calidad o jefes de producción agrícola.



Para completar un trabajo y servicio de calidad, los productos ecológicos de Biosol también cuentan con estrictos certificados como el CAAE en ecológico, certificados sociales como GRASP y Ecovalia y los de calidad como BRC e IFS Food.



Producimos y comercializamos
frutas y hortalizas ecológicas
desde 1999



*Bienvenidos
al mundo orgánico*


PORTOCARRERO
20 Aniversario

biosolportocarrero.com

Dirección: Ctra. San José, KM 3 • 04117 Barranquete – Nijar (Almería). ESPAÑA • Teléfono: 0034 950 387016





Alrededor de 227 empresas de toda Andalucía estarán en la nueva edición de Fruit Attraction

Desde Almería asistirán el mayor número de empresas de la Comunidad, aproximadamente 77, seguida de Sevilla, desde donde acudirán unas 41 y en tercer lugar Huelva con 30

□ Jessica Valverde

Un año más Andalucía estará presente en la feria de la agricultura intensiva Fruit Attraction. Este año acudirán al evento 227 empresas, aproximadamente y según los expositores que refleja la página web de la feria, procedentes de cada una de las ocho provincias que componen la Comunidad Autónoma.

Desde Almería se desplazarán a la capital española alrededor de 77 empresas, siendo esta la provincia andaluza desde donde más empresas acudirán al evento.

Sevilla es la segunda provincia andaluza desde donde más empresas asistirán a la feria, siendo estas unas 41. A esta le sigue Huelva con aproximadamente 30 empresas, seguida de Granada, desde donde acudirán alrededor de 28 empresas y Málaga con 24.

Desde el resto de provincias se desplazarán un menor número de empresas, desde Cádiz asistirán unas 11, desde Jaén 10 y, finalmente, será desde Córdoba desde donde menos empresas asistan al evento, con aproximadamente 6 empresas.

Las empresas que asistirán desde las distintas provincias de Andalucía pertenecen a distintos



Andalucía en anteriores ediciones de Fruit Attraction. /RAFA VILLEGAS

sectores, pudiendo encontrarlas tanto en fresh produce, industria auxiliar, flower and garden, ecor-ganic market y smart agro.

Aumento de participación

Respecto a la edición anterior, donde el número de empresas participantes procedentes de Andalucía ascendió a 192, el número de empresas participantes ha aumentado, ya que este año se

espera que acudan al evento alrededor de 227 empresas andaluzas. Con esto, la participación de Andalucía en la feria continúa creciendo año tras año y teniendo una gran representación en un evento que reúne a 1.800 empresas expositoras y 90.000 visitantes de todo el sector procedentes de 130 países diferentes entre los que este año asistirán China, Singapur e India.

Con esto, las empresas de la Comunidad Autónoma pueden verse muy beneficiadas de cara a sus ventas al exterior gracias al Programa para Compradores Internacionales, que para esta edición se verá potenciado. Este consiste en una propuesta que permite a las empresas productoras nacionales participantes en la feria seleccionar a los profesionales de fuera de España que

quieren invitar al Salón para potenciar su negocio. Otra de las iniciativas de las que pueden beneficiarse es 'País importador Invitado', que con India y Singapur como invitados en esta ocasión, atraerá a la feria a compradores de cada país.

Teniendo en cuenta el crecimiento que han experimentado las exportaciones de hortalizas al extranjero, un 5% hasta el mes de julio, esta es una gran oportunidad de negocio para las empresas expositoras que asisten a la feria. Fruit Attraction también pone a disposición de los expositores el nuevo servicio Express Meeting Rooms For Rent, mediante el cual podrán reservar salas de reuniones dentro de los pabellones y en cualquier momento durante su estancia en la feria.

El sector flower and garden también se ha visto muy beneficiado debido al aumento que ha experimentado la exportación española de flor y planta viva, que de enero a julio de este año ha crecido un 5% con relación al mismo periodo de 2018, totalizando 280,5 millones de euros, de los que el 84% correspondieron a planta viva, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.

La Junta autoriza el pago de casi 92 millones de euros para 85 Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas andaluzas

□ Jessica Valverde

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible ha autorizado el pago de casi 92 millones de euros en ayudas que respaldan las actuaciones incluidas en los Programas Operativos de las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH) ejecutadas durante 2018. Estos programas contienen inver-

siones y gastos que realizan las entidades dirigidos a incrementar la sostenibilidad económica y ambiental de las explotaciones agrarias y las instalaciones de manipulación de los productos hortofrutícolas.

A estas subvenciones se suman los abonos autorizados el pasado año en concepto de anticipos y pagos parciales por un valor total de 3,85 millones de euros. En total, el global de las ayudas que

perciben las entidades hortofrutícolas andaluzas asciende a 95,75 millones de euros, un montante que se corresponde con una inversión privada de alrededor de 210 millones de euros.

Almería es la provincia que más fondos recibe con casi 52,5 millones de euros para 35 OPFH beneficiarias, seguida de Huelva, que recibe 24,5 millones para 22 entidades, y Granada, con siete millones para nueve organizacio-



nes. Por su parte, Sevilla reúne ayudas por valor de 5,1 millones para once OPFH, Málaga recibe un millón de euros para una enti-

dad, Córdoba 867.000 euros para cuatro organizaciones de productores y Cádiz ayudas por 864.000 para tres beneficiarios.



Nace una nueva marca para distinguir los productos alimentarios que más nos gustan en el Sur. Esos en los que la sostenibilidad, la salud y el sabor se dan la mano. Los que hablan de nuestra luz, de nuestra historia, de nuestra gente y de nuestra forma de vivir. **Los que tienen nuestro gusto único: el Gusto del Sur.**

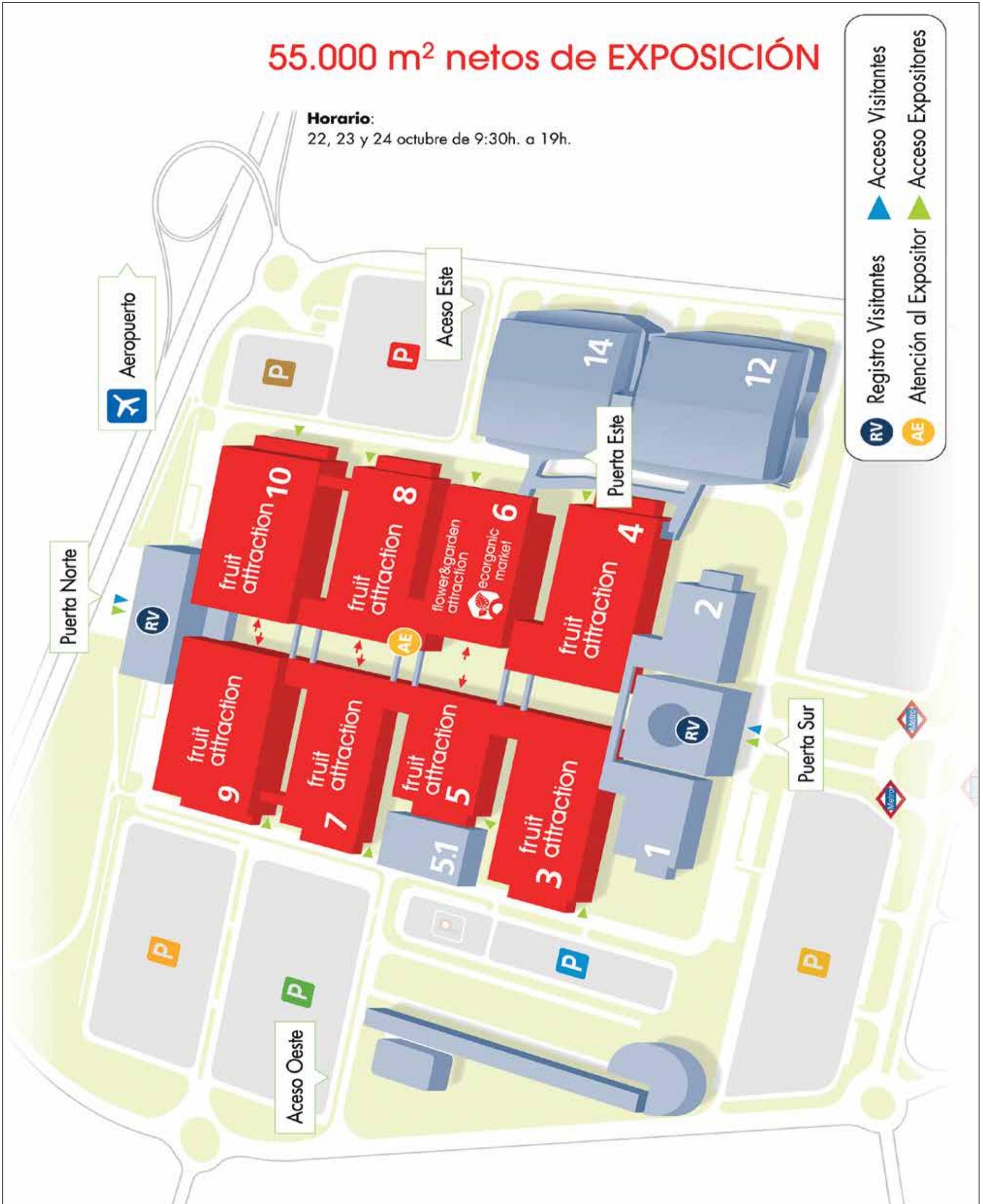




fruit attraction

55.000 m² netos de EXPOSICIÓN

Horario:
22, 23 y 24 octubre de 9:30h. a 19h.



- RV Registro Visitantes
- ▲ Acceso Visitantes
- AE Atención al Expositor
- ▲ Acceso Expositores

 **Switch[®] One**

**CULTIVO
SANO**

Y de **principio a fin**
para el control de **botritis y esclerotinia**

 **Switch[®] One**

syngenta[®]

© 2019 Syngenta. Todos los derechos reservados. [™] y [®] son marcas comerciales del Grupo Syngenta.
Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información
sobre el producto antes de usarlo.

www.syngenta.es

AGRI DIS®

BIOCIDA

Solución estable de ClO₂ puro

PRODUCTO PARA USO PROFESIONAL EN DESINFECCIÓN DEL AGUA SEGÚN NORMA UNE-EN 12671

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 Y/O TRANSMITIDAS A TRAVÉS DEL AGUA

- ▶ Sin crear ningún tipo de resistencias.
- ▶ Higienización y desinfección del agua para el lavado de frutas y hortalizas.

SIN RESIDUOS | SIN PLAZO DE SEGURIDAD

AGRI DIS®

EL BIOCIDA MÁS COMPLETO DEL MERCADO

Y AHORA...

Con la
certificación CAAE
como insumo para
uso en ECOLÓGICO
según norma NOP



Utilice los biocidas de forma segura.

Lea siempre la etiqueta y la información sobre el biocida antes de usarlo.

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 • 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)

