



EL TEMPORAL DE AGUA ELEVA LOS NIVELES A MÁXIMOS HISTÓRICOS Y LOS INVERNADEROS SE INUNDAN

Cientos de familias víctimas de la ineficacia y la insolidaridad se arruinan en la Balsa del Sapo

Pág. 3



■ NIVEL EN OCTUBRE DE 2002. / FHALMERÍA



■ NIVEL EN FEBRERO DE 2010. / FHALMERÍA

FRUIT LOGISTICA EN FOTOS P. 8 a 12

ELECCIONES A LA CÁMARA



DIEGO MARTÍNEZ
PRESIDENTE DE LA CÁMARA

El sector agrario unido apoya la candidatura del actual presidente P. 3

Más ayuda a la concentración de la oferta P. 5

SE ESTRENA EN EL CARGO



JOSE M^a ANDÚJAR
PRESIDENTE DE CASI

“Cooperativas y alhóndigas unidas, la mejor alianza del sector” P. 6

EXPOLEVANTE

Más empresas a pesar de la crisis P. 16

COMERCIALIZACIÓN

Anecoop, línea directa con Rusia P. 34

Especial ALHÓNDIGAS P. 19 a 30

PRESIDENTE ECOHAL GRANADA



José Muñoz Carvajal:
“Desde hace tiempo estamos necesitando que la horticultura tenga una única voz”

GERENTE DE ECOHAL



Alfonso Zamora: “La Junta de Andalucía mantiene una visión sesgada e interesada del sector agrícola”

PRESIDENTE ECOHAL ALMERÍA



Juan Enrique Vargas:
“La Administración nunca ha considerado nuestro verdadero peso en la horticultura”

Porque tu salud es lo que importa

POLICLÍNICA del PONIENTE

EL EJIDO: C/ Conde de Barcelona, s/n - Tel. 950 485 849
EL PARADOR: C/ Benito Pérez Galdós, 16 - Tel. 950 345 710
www.policlinicaponiente.com

Opinión

TRIBUNA

Portero y Colomina otra vez

José Antonio Gutiérrez

Las elecciones a la Cámara de Comercio han dado mucho que hablar en la feria Fruit Logística de Berlín celebrada en los primeros días del mes de febrero. Portero y Colomina han vuelto a aparecer y de nuevo han fracasado en un intento más de aglutinar poder, no se sabe muy bien para qué o para quién. Ambos han intentado asaltar la silla de Diego Martínez Cano, actual presidente de la Cámara de Comercio de Almería, pero han fallado estrepitosamente al ser poco populares en el resto de sectores integrados en el estamento cameral. El propio presidente actual calificó la tentativa de "una candidatura de Portero y Colomina y no del sector". Cano estuvo acertado y preciso en sus afirmaciones, máxime cuando el sector también está integrado por ECOHAL, que de ninguna forma iba a dar su apoyo a ninguna propuesta en la que estuviera presente Colomina, o, simplemente, en alguna opción cercana al gerente de COEXPHAL.

Fue todo un espectáculo ver en Fruit Logística a Martínez Portero, ex presidente de COEXPHAL, ex presidente de HORTYFRUTA y fracasado oponente de Antonio Luque a la presidencia de FAECA, correteando pasillos en busca de apoyos que no encontró, vigilando reuniones que no le correspondían y haciendo preguntas indiscretas de asuntos ajenos a su interés.

ASEMPAL puso las cosas muy claras desde el primer momento en que se conocieron las intenciones de ambos miembros. En caso de haber prevaecido esta candidatura hubiera aparecido una legión de buscadores de votos para evitar un hipotético éxito de los amparados bajo el paraguas de COEXPHAL.

Cualquiera que pertenezca a la Cámara de Comercio tiene todo el derecho a presentarse a la presidencia, de hecho el supuesto candidato de los exportadores es un excelente profesional que podía haber desempeñado una labor in-

terésante en sustitución de Cano, pero quien siembra vientos recoge tempestades y la proximidad del gerente de COEXPHAL le ha quitado todas las opciones.

No pensé nunca que Portero y Colomina tuviesen tantos detractores fuera de COEXPHAL, ahora entiendo por qué muchas de las cosas que se hacen en el sector agrario almeriense no llegan a nada. Creo firmemente que este sector debe tener un lugar destacado dentro de la Cámara de Comercio, máxime cuando el sesenta y siete por ciento de las acciones que se realizan en esta organización van encaminadas a satisfacer necesidades del mismo. Pero lo que ha quedado claro es que ni Portero ni Colomina son los más indicados para tal representación, aunque sea por me-

dio de otros. Es más, la tentativa de asaltar la presidencia de la Cámara no ha servido nada más que para recordar "batallitas" pasadas de los citados representantes de COEXPHAL y poner al descubierto sus verdaderos intereses. Está claro que el sector empresarial almeriense en general no es tan vulnerable como el de los agricultores. Los empresarios están más preparados y se interesan más por todo, no le dejan el camino diáfano a ciertos interesados, que después de situarse, su labor sirve para poco, o incluso, para algo menos.

La candidatura conjunta es la mejor opción para ir entregando la parcela de representatividad que le corresponde a ECOHAL dentro del panorama general de la agricultura almeriense. Esto mismo debe ir



LA CANDIDATURA CONJUNTA ES LA MEJOR OPCIÓN PARA IR ENTREGANDO LA PARCELA DE REPRESENTATIVIDAD QUE LE CORRESPONDE A ECOHAL DENTRO DEL PANORAMA GENERAL DE LA AGRICULTURA ALMERIENSE

ocurriendo en HORTYFRUTA. Todo el sector debe estar representado de forma correcta y no incluyendo listados con volúmenes de empresas desaparecidas, entidades representadas en Almería y Murcia y otra serie de maniobras que solamente buscan desvirtuar la verdadera representación para seguir dominando una Interprofesional sesgada que intentará someter al resto de empresas y agricultores inútilmente. Claro, detrás siempre aparece el mismo. Habrá que seguir aguantando hasta que cada uno de los agricultores que padecen estas situaciones terminen comprendiendo el porqué de muchas cosas que les afectan. Son los únicos capaces de poner orden en el campo, ya lo han demostrado en varias ocasiones.



Edita: Comunicación e Información Agraria, S.L.

Coordinación general: Verónica Bono Casas.

Departamento Comercial y Publicidad: Noelia Blanco Alchapar

Teléfonos 950 57 13 46 y 679 464 490. Fax: 950 57 21 46. E-mail: publi@fhalmeria.es - comercial@fhalmeria.com.

Dirección: Paseo de Las Lomas, 157 - bajo. 04700 EL EJIDO (Almería).

Imprime: Corporación Gráfica Penibética

Dép. Legal: AL-2839-2007 - ISSN 1889-4836

Coordinación de Redacción: José Esteban Ruiz Alvarez. Redacción: Elena Sánchez García, Isabel Fernández González, Rafael Villegas Alarcón. Fotografía: Archivo Comunicación e Información Agraria, S.L. (CIA).

Email: fhalmeria@fhalmeria.com - info@fhalmeria.com - redactor1@fhalmeria.com -

redactor2@fhalmeria.com - redactor3@fhalmeria.com

Portal web: www.fhalmeria.com - www.periodicoagricola.com - www.fhalmeria.es

Dirección: Paseo de Las Lomas, 157 - bajo. 04700 EL EJIDO (Almería). Telfs: 950 57 13 46 y 628 08 02 60.

Actualidad

ELECCIONES

El sector agrario unido apoya la candidatura de Diego Martínez para presidir la Cámara

COEXPHAL, ECOHAL Y LA INDUSTRIA AUXILIAR DE LA AGRICULTURA FORMAN PARTE DE LA LISTA PRESENTADA POR EL ACTUAL PRESIDENTE

■ José Esteban Ruiz

Las últimas semanas previas a la publicación de candidaturas para concurrir a las elecciones a la presidencia a la Cámara de Comercio se han caracterizado por la incertidumbre, con un 'tira y afloja' en el que se alzó como máximo protagonista la Confederación Empresarial de la Provincia de Almería, en su papel de 'arbitro' en las negociaciones entre la candidatura presidida por el actual presidente de la Cámara de Comercio de Almería, Diego Martínez, y una de las alternativas que proponían desde la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (COEXPHAL) y apoyada por la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Almería (ASHAL), encabezada por el gerente de Bicolor, Juan García. Finalmente, todo quedó en la unión de ambas candidaturas en una única encabezada por Martínez Cano, tras varias jornadas de negociación. Con el apoyo de ECOHAL, así como de TECNOVA, la industria auxiliar de la agricultura, el actual presidente refuerza su posición de cara a las próximas elecciones que tendrán lugar entre los días 23 y 25 de marzo.

De rumor a confirmación. COEXPHAL manifestaba su intención legítima de presentar una candidatura a las elecciones a la Cámara que optara a la presidencia. Las informaciones en la prensa se sucedían por estos días y la Asociación de Productores emitía un comunicado para aclarar posibles malentendidos. Así afirmaba que efectivamente "esta Asociación se ha presentado como un miembro más de una candidatura formada por ASHAL así como otras organizaciones y empresas de toda la provincia y de todos los sectores empresariales, aclarando que esa candidatu-



■ Diego Martínez Cano preside la reunión en una de las acciones que protagoniza habitualmente la Cámara de Comercio. / FHALMERÍA

ENTRE EL 23 Y 25 DE MARZO

Sesenta y una candidaturas para determinar treinta vocalías

■ CIA

Una vez cerrado el plazo de presentación de candidaturas al Pleno de la Cámara, que concluyó a las cero horas del pasado 16 de febrero, la Junta Electoral se reunió a la mañana siguiente en la sede la Corporación donde permaneció desarrollando sus trabajos hasta la última hora de la tarde en que finalizó el proceso de validación.

La Junta Electoral revisó las 62 candidaturas presentadas en las diez divisiones o epígrafes en las que se distribuye el censo electoral de las cuales, una de ellas, ha

sido anulada por haber sido presentada en un grupo o categoría de epígrafe en el que se es elector, incumpliendo uno de los requisitos establecidos en el Reglamento Electoral. Asimismo, la Junta Electoral ha procedido a la proclamación de 61 candidaturas, de las que 5 de ellas han sido consideradas electas por coincidir en número con el de las vocalías a elegir.

Las elecciones se celebrarán, como en el resto de las 14 cámaras oficiales de Comercio, Industria y Navegación de Andalucía, entre los días 23 y 25 de marzo. La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte publicó en el Boletín Oficial de la junta de Andalucía, el pasado 2 de febrero, la orden que establece esta convocatoria y el procedimiento de los comicios.

ra no es la de COEXPHAL pero en la que sí participa COEXPHAL". Además, confirmaba su candidato, Juan García. Desde esta asociación de comercializadoras, de la que se había supuesto que su presentación mantenía cierta rivalidad con la del actual presidente, se aclaró que "no se hace en contra de nadie, ni persona ni sector alguno, sino a favor de todos los empresarios y ciudadanos de la provincia. Además, esta Asociación entiende que al abrirse el periodo electoral, cualquier elector y elegible, puede concurrir a estas elecciones, y estando totalmente legitimado cualquier otro sector, también lo están los representantes del hortofrutícola que entre otras cosas, nunca han ostentado la presidencia de la Cámara de

Comercio de Almería, aunque esto no significa que estén ni más ni menos legitimados que cua-

lesquiera otros sectores.

Asimismo, aunque reconocían que "no habían visto con buenos ojos", como miembros de ASEM-



■ Diego Martínez. / FHALMERÍA

PAL, "el posicionamiento previo y temprano de esta asociación a favor de una de las candidaturas, sin haber consultado a todos sus miembros previamente", manifestaban que se encontraban en conversaciones con la candidatura de Martínez Cano y respaldada por ASEM-PAL. Unas reuniones en las que participaban los representantes de la candidatura en la que se integraba COEXPHAL, Miguel Uribe, Diego Martínez y Ernesto Castilla, y que finalmente acabaron con la integración de todos en

PRIORIDADES

“Las albuferas abderitanas necesitan un canal fluvial”

■ Isabel Fernández

El Ayuntamiento de Adra ha pedido a la Delegación Provincial de Medio Ambiente la realización de un estudio para analizar la viabilidad de la construcción de un canal fluvial entre las Albuferas Honda y Nueva que permitiese el traspase de agua de una a otra, así como su regeneración. Según explicaron desde el Consistorio abderitano, las lluvias de los últimos días de enero pusieron de manifiesto la necesidad de actuar sobre esta Reserva Natural, ya que, debido a la cantidad de agua que recogió procedente de las ramblas de la Leña y Los Cajorros, la Albufera Honda se desbordó. Este agua sobrante no fue a parar a la Albufera grande, permitiendo así su regeneración, sino que acabó en las explotaciones agrarias colindantes, con el consiguiente daño para los cultivos. Por ello, desde el Consistorio abderitano consideraron que la creación de un canal fluvial que conectara ambas albuferas evitaría, por un lado, las anegaciones de las fincas y, por otro, que se pierdan esos excedentes en las acequias por las que actualmente Medio Ambiente trasvasa agua de una albufera a otra.

Asimismo, según explicaron, esta idea parte de las expropiaciones que, en su día, la Delegación del ramo realizó sobre unos terrenos existentes entre ambas albuferas. Es aquí, precisamente, donde indicaron desde el Ayuntamiento de Adra que se podría ubicar el canal que conectara ambas albuferas, si así lo determinan los estudios solicitados. Y es que las intensas lluvias caídas durante los pasados meses de diciembre y enero hicieron que el nivel del agua en Las Albuferas creciera un metro, situándose, de este modo, al máximo de su capacidad.

Las Albuferas son uno de los grandes patrimonios medioambientales con los que cuenta el municipio. No en vano, ya en 1989 fueron declaradas Reserva Natural, Zona Especial de Protección de Aves y Lugar de Interés Comunitario por el valor ecológico y por ser un humedal donde conviven varias especies, algunas de ellas en peligro de extinción.

INUNDACIONES

El agua de la Balsa del Sapo alcanza su récord y provoca cuantiosos daños

LA SITUACIÓN ES MUY ALARMANTE Y YA SE HAN VISTO AFECTADAS MÁS DE 70 HECTÁREAS, ADEMÁS DE GARAJES DE VIVIENDAS DE LA ZONA

■ Rafa Villegas

Hacia muchos años que no llovía tanto en la provincia de Almería y ello, como no podía ser de otra manera, está repercutiendo muy negativamente en una zona, ya de por sí problemática, como es la Balsa del Sapo del núcleo ejidense de Las Norias. La lámina de agua está a niveles récord y tanto Partido Popular como Partido de Almería han exigido tanto a la Junta como al Gobierno central que actúen de forma inmediata. Y es que, ya hay más de 70 hectáreas de invernadero completamente inundadas, con las consiguientes pérdidas económicas.

Es por ello que, por ejemplo, el Grupo Parlamentario Popular de Andalucía presentó, tras haber realizado una visita a la zona afectada, una Proposición No de Ley en el Parlamento de Andalucía en la que explican la historia del humedal y la situación actual.

En la misma informan que “este invierno 2009-2010, dadas las abundantes y continuas lluvias, el humedal ha subido mucho su nivel y ello a pesar de que todavía no ha recibido todo el agua que se filtra desde la sierra, ya que está en una zona endorreica. La abundancia de agua hace peligrar aves, bienes y, lo más grave, no se puede descartar peligro para las personas ante una posible avenida, ya que son



■ El humedal cuenta con una lámina de agua nunca vista y ha provocado varios daños. /FHALMERÍA

más de 30 ramblas las que vierten sus aguas en la zona”.

Lo cierto es que en algunos invernaderos el agua supera los 30 centímetros. Un agua que aflora del subsuelo y que, como ha explicado la parlamentaria andaluza del PP de Almería, Rosalía Espinosa, “ha traído consigo la pérdida de cosechas y la aparición de la fauna propia de las charcas dentro de los invernaderos, como ranas, sapos y libélulas”.

Otro problema añadido es que, como ha explicado Espinosa, “los agricultores de la zona tienen más problemas, incluso, para solicitar créditos bancarios, debido a que los bancos saben que

se encuentran en un zona de alto riesgo”. Además, según explican en la Proposición, “hay agricultores que comienzan a tener problemas para hacer frente a los créditos bancarios solicitados para afrontar a pérdidas de años anteriores”.

Por todo ello, el PP ha pedido al Parlamento andaluz que “inste al Gobierno de España para que adopte los acuerdos, decisiones y reserva presupuestaria oportunas, con el fin de que la actuación denominada ‘Desalación y Obras Complementarias para el Campo de Dalías’, comience a ejecutarse inmediatamente, por estar ante una emergencia”. Además, exigen que

“aprueben un plan de mejora de caminos rurales específico para la zona afectada, dotándolo económicamente en este mismo ejercicio”.

PETICIÓN DE EL EJIDO

El concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Jorge Viseras, por otra parte, ha vuelto a demostrar su implicación con los problemas que afectan a los agricultores de su municipio. Así, el 15 de febrero solicitó al delegado de Medio Ambiente, Clemente García, que “se incrementen urgentemente los bombeos de agua desde la Balsa del Sapo”.

Viseras demanda a la Junta un mayor control de los mosquitos

El concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Jorge Viseras, ha solicitado a la Delegación Provincial de Medio Ambiente “medidas urgentes para el control de la población de mosquitos dentro del espacio natural protegido Punta Entinas-Sabinar”.

Y es que, la fuerte lluvia ha provocado un aumento de la lá-

mina de agua de las charcas del paraje natural, un lugar perfecto para que los mosquitos se desarrollen. Ello está provocando ya, con meses de adelanto, las primeras plagas de estos molestos insectos. Las zonas más afectadas son las de los núcleos de población más cercanos a la costa, como son Almerimar, San Agustín, Las Norias, Guardias Viejas y Balerna.



■ Las charcas son el nido ideal de mosquitos. /FHALMERÍA

UN MAPA EMPRESARIAL MÁS REDUCIDO

La Junta prepara nuevas ayudas para favorecer la concentración de la oferta

LA CONSEJERA DE AGRICULTURA, CLARA AGUILERA INSISTE EN LA URGENCIA DE QUE LAS EMPRESAS LLEGUEN A ACUERDOS

■ José Esteban Ruiz

La consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, orientó su mensaje durante su presencia en Berlín, en la última edición de Fruit Logística, hacia la concentración de la oferta en origen en el sector de las frutas y hortalizas. La titular del ramo destacó que uno de los objetivos prioritarios del Gobierno andaluz es seguir apoyando la integración empresarial, y para ello, adelantó que se está elaborando una línea de ayudas económicas para facilitar a las empresas hortofrutícolas este tipo de procesos. Así comentó que “en pocas semanas se publicará la orden que regula las ayudas para los proce-



■ Clara Aguilera durante su intervención en Fruit Logística.

sos de integración y fusión”. La responsable del Gobierno andaluz explicó que esta orden se enmarca en “un claro esfuerzo de la Consejería para facilitar que las empresas agroalimentarias andaluzas ganen en dimensión para ser más competitivas en el mercado y hacer frente al proceso de concentración que ya han consolidado las

grandes cadenas de distribución alimentaria”. Sobre la dimensión en origen del sector, Clara Aguilera asegura que “cada vez hay que tener más peso e influencia y hacer frente a la concentración en la distribución, que cada día presiona a los agricultores y les hace perder renta”. La titular de Agricultura hizo un llamamiento al sector

agroalimentario andaluz sobre la necesidad de ofertar productos diferentes que permitan añadir competitividad y contrarrestar la entrada de productos de países emergentes en los mercados europeos. En este sentido, aludió a la necesidad de fomentar la elaboración de productos de IV y V gama con el fin de ganar valor añadido. Asimismo, Aguilera fue muy clara al remarcar que el Gobierno andaluz no va a financiar ningún proceso que implique atomizar más la oferta.

De los procesos de concentración iniciados en la provincia, el más remarcado por la consejera fue el que protagonizan las cinco empresas que constituyeron Unica Group. No obstante, su presidente, José Martínez Portero, ha asegurado que “todavía no hemos recibido ninguna cantidad de dinero en concepto de ayudas por la iniciativa de integración procedente de la Junta”. Unica se constituyó el pasado año.

“Hay que dejar de vender sin precio”

La última vez que la consejera de Agricultura y Pesca estuvo en la provincia volvió a insistir en la necesidad de un cambio urgente en el sistema de comercialización, en base a que no se venda sin precio y en el que prime la integración empresarial, caminando hacia un mapa en origen más reducido. Al respecto, Aguilera afirmó que “las empresas hortofrutícolas deben hacer grandes esfuerzos en la integración y mejora del sistema comercializador”. Asimismo, Aguilera explicó que “si producimos mucho pero no conseguimos dar un salto cualitativo en la comercialización, poco estaríamos resolviendo”. Un discurso que repitió, al igual que en las jornadas organizadas por APROA.

think natural



Piense en hortalizas
100% naturales, 0% aburridas.

Piense en hortalizas frescas y sabrosas cada día y durante todo el año. Ricas en salud, color... e ¡imaginación! En nuevos tomates sabor como el corazón de buey o pimientos dulces y crujientes como el kappya. En una producción que sigue sistemas respetuosos con el medio ambiente y que garantizan la seguridad alimentaria como **naturane** o la producción biológica. Piense en la presentación en el punto de venta más original. Es la apuesta de Anecoop en hortalizas, 100% naturales, 100% innovadoras. Nuestra apuesta por la Naturaleza y la Innovación. Nuestra forma de pensar. La única posible. La de todos. Do you think natural? Bienvenido a Anecoop.

Anecoop, S. Coop., Monforte 1 - Entlo, 46010 Valencia • España • Tel: +34 963 938 500 • Fax: +34 963 938 510 • e-mail: info@anecoop.com
Anecoop Almería, Pedro Muñoz Seca, 1.º Aguadulce - Roquetas de Mar 04720 • Almería • Tel: +34 950 346 404 • Fax: +34 950 349 030 • e-mail: jbono@anecoopalmeria.com



CARA A CARA

“La unión de cooperativas y alhóndigas sería la mejor alianza para este sector”

■ José Esteban Ruiz

-¿Cómo han sido estos primeros días en la presidencia de CASI?

-Ha sido una sorpresa para mí llegar tan pronto a la presidencia de CASI. Pero bueno, la crisis ha acelerado la renovación de cargos en esta cooperativa, principalmente por la mala campaña del año pasado que se ha prolongado hasta finales de 2009. Desde que estoy en la presidencia he tenido la satisfacción de ver cómo los precios han repuntado y los agricultores estamos, en este aspecto, más aliviados.

-Han mejorado los precios, en parte, por el descenso de la producción. ¿Se ven fuera de este repunte muchos agricultores de CASI?

-Es cierto que la producción ha disminuido. Se está tirando mucho producto por la baja calidad, consecuencia del clima. Nos hemos quedado prácticamente sólo para exportar producto. Claro está que el cien por cien de nuestros agricultores no va a participar de esta mejoría. Pero bueno, se puede decir que el precio compensa.

-¿Qué problemas de calidad está teniendo el tomate?

-Principalmente, las lluvias han ocasionado que el tomate se raje y, en su piel, se observen evidencias de micro-cracking que visualmente afecta mucho al producto y lo ubica en segundas categorías, no aptas para su exportación.

-¿Qué objetivos se ha marcado como presidente de CASI?

-Para mí, el principal reto es seguir potenciando la marca CASI, un sello de identidad muy conocido en Europa. Queremos que sea el referente de nuestro tomate. Nuestra intención es llevar a cabo una buena planificación del cultivo, una política adecuada de calidad desde nuestro departamento técnico apoyado por los encargados de muestrear la calidad de los productos. Todo este trabajo busca el reconocimiento final del cliente.

-Son líneas de actuación que ya cuidaban en CASI...

-Sí, es cierto. Pero, de alguna manera queremos intensificar este

trabajo. Debemos escuchar al cliente europeo para ofrecer un servicio más cualificado.

-Al margen de continuar potenciando la marca CASI, ¿qué otros retos se plantea?

-En otro orden de asuntos que nos ocupan se encuentra la modernización empresarial. Tenemos que seguir apostando por la innovación. Así, el proyecto planteado por la anterior junta rectora, como es el cambio de instalaciones, se mantiene y, sin duda, se encuentra también en nuestra agenda. No obstante, la crisis económica ha propiciado que en este gran proyecto no nos marquemos plazos. Hay que tener paciencia, analizar la situación económica y si este sector sigue vivo, hacer que un día se haga realidad.

-¿Está en peligro el sector?

-No creo que esté en peligro. Yo soy agricultor y mi ilusión se nutre de lo que he vivido, fundamentalmente que nuestras generaciones venideras sigan apostando por este trabajo. Que con-

-En el escaso tiempo que lleva como presidente, ¿ha palpado la presión que ejercen las cadenas de distribución al negociar la compra de hortalizas?

-Las grandes cadenas de distribución siempre se mantienen firmes, rebajando márgenes en origen. La producción tiene unos costes muy elevados, con lo cual, si la presión es muy agresiva, la disminución de producto será inminente. Por ello, hay que mantener un equilibrio para que la actividad continúe, la zona sea productiva y que se mantengan sus rentas

-Recientemente, en París, ha participado en el grupo de trabajo del tomate previo al Co-

mité Mixto Hispano-Francés. ¿Con qué conclusiones ha regresado?

-Vengo ilusionado y motivado por las conversaciones del grupo. Se puso de manifiesto que no se trata de oponerse a acuerdos, sino convivir respetando los acuerdos bilaterales que se firman. Los incumplimientos perjudican a los agricultores europeos y eso hay que evitarlo.

-¿En qué se fundamenta esa ilusión?

-En parte porque un competidor tan importante como Marruecos ha registrado una merma en la producción de tomate debido al clima. Esto ha generado un aumento del precio del tomate eu-

ropeo y se ha demostrado que las importaciones procedentes de Marruecos inciden mucho en el precio. Por tanto, queda claro que se deben aumentar los controles en frontera que garanticen el cumplimiento.

-Países Bajos aumentó la pasada campaña su producción de tomate. ¿Le preocupa?

-Sí, por supuesto. Las nuevas tecnologías que aplican les están permitiendo incrementar su producción. Progresivamente están solapando su oferta con la nuestra.

-¿Qué le ha llamado la atención de su primera participación en Fruit Logística como presidente de CASI?

-En primer lugar, el gran interés del cliente por comprar tomate, debido a la escasez que existe en estos momentos en el mercado. Hemos mantenido encuentros con nuevos clientes, y de hecho, ya se han concretado varias operaciones comerciales.



tinúe siendo una digna dedicación para que una familia viva.

-Comentaba que ya no se plantean plazos para ejecutar el proyecto que culminará con el complejo bioclimático de CASI. ¿Cabe la posibilidad de que se prolongue demasiado su culminación hasta el punto de quedar en el olvido?

-Bueno, es difícil determinar cuánto se va a retrasar, pero creo que en el futuro ese complejo va a existir. Cuando se planteó la situación económica era muy diferente. Hoy nos encontramos en un momento totalmente opuesto que nos empuja a plantearnos proyectos anteriores, pero no olvidarlos, sino afrontarlos con otras perspectivas. La prioridad en estos instantes es mantener la estructura y ocupar el mejor lugar para cuando la crisis se aleje.

-¿Considera que hay muchas rencillas internas en este sector hortofrutícola almeriense que dificultan notablemente el desarrollo del mismo?

-Llevo poco tiempo relacionándome con otros presidentes de otras empresas y la verdad es que mi intención no es la de dividir, sino de unir, tender la mano como representante de una cooperativa referente para que todos juntos aportemos y que el gran proyecto de la agricultura intensiva de Almería evolucione y logremos liderar los mercados europeos.

-¿Cree que puede haber diferencias insalvables entre el sistema venta de alhóndigas y el de cooperativas?

-La verdad es que son dos sistemas diferentes, pero es induda-

ble que ambos son necesarios. Si no existieran las alhóndigas no habría un referente de precio diario. Con lo cual, yo creo que son dos componentes que hay que unificar. En un futuro, esa unión será una buena alianza para este sector.

-¿Qué papel va a desempeñar CASI en la unión del sector?

-Tenemos que adaptarnos a los grandes cambios que experimenta el mercado. Entre todos debemos consensuar ideas. Hay que aparcas las diferencias. CASI, como la más grande, tiene que predicar con el ejemplo y demostrar que nuestro funcionamiento es trabajar en equipo. Somos una provincia y agricultores, cooperativas, alhóndigas tenemos que estar unidos para que el primer eslabón de la cadena no decaiga.

-¿Considera que es un buen momento para iniciar una renovación de los invernaderos?

-Nunca es mal momento. No obstante, hay que valorar la situación económica de cada agricultor. Finalmente, todo va a depender de su decisión, por muchos incentivos que ponga encima de la mesa la Administración regional.

-¿Cree que los agricultores van a apostar por modernizar su invernadero con la crisis económica?

-La moral del agricultor se recupera cuando, como ahora, los precios acompañan, pero las últimas campañas, los agricultores son menos decididos cuando se trata de afrontar una fuerte inversión. Es cierto que hay cierta incertidumbre sobre el calado del apoyo de la Junta.

EN BREVE

**BERENJENA
SUBE**

Los precios de esta hortaliza vuelven a subir de nuevo en estos días, llegando a cotizar, incluso, por encima de los 2 euros en algunas subastas. Éste en el caso de las berenjenas largas que, de hecho, han duplicado su cotización con respecto a hace siete días. Un producto que está respondiendo bien a las demandas actuales.

**PEPINO
SUBE**

Todos los tipos de pepino han incrementado su precios en las últimas jornadas. Así, el francés cotiza a unos 0'50 euros el kilo, mientras que, por otro lado, el negro corto se sitúa en torno a los 0'68 euros. Por otro lado, el tipo Almería está apareciendo en las subastas con un precio de 1'05 euros el kilo.



■ Pepinos. / FHALMERÍA

**CALABACÍN
MANTIENE**

Los precios de esta hortaliza se han mantenido estables una semana más. De este modo, el calabacín convencional se vende por encima de 1'10 euros el kilo, mientras que el gordo cotiza algo más caro, acercándose, incluso a los 1'40 euros el kilo.

**JUDÍA
SUBE**

Las cotizaciones de las judías, en todos sus tipos, continúan al alza en estas últimas semanas. Así, las peronás oscilan entre los 1'58 euros de la roja y los 3'78 euros de la semi, mientras que la strike ronda los 2 euros y, de hecho, cotiza, de media, a 1'97 euros el kilo en las subastas de la provincia.

**PIMIENTO
SUBE**

Los California cotizan entre los casi 2 euros el kilo del amarillo y los 0'68 euros del verde, mientras que los lamuyos se mueven entre el euro del rojo y los 0'75 euros del verde. Por último, el italiano verde cotiza por encima de 1'80 euros y el rojo se aproxima al euro por kilo.

ESTABILIDAD

La producción de otoño no prevé más caídas de precio este año

■ Elena Sánchez

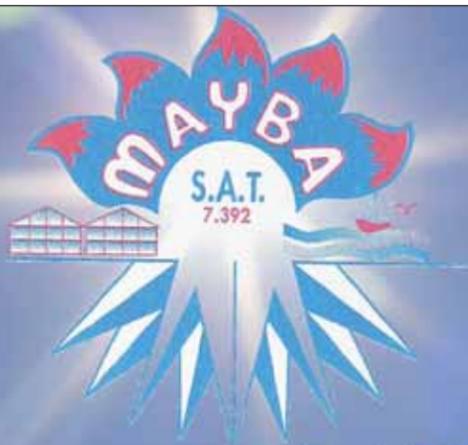
Los productos típicos de la campaña de otoño-invierno como el pimiento, berenjena, tomate, calabacín o judía no van a experimentar muchos más descensos de precio en lo que resta de ejercicio agrícola según ha dado a conocer Juan

Ruiz, experto en comercialización. El motivo, explica, es que "el escaso número de kilos va a imperar en estos frutos lo que resta de campaña, ya que son muchos los agricultores que ya están arrancando la cosecha para comenzar con el melón y la sandía, por lo que el género será menor y las demandas

seguirán siendo importantes". Sin duda, buenas noticias para una producción que no ha tenido un año positivo. Asimismo, otro de los motivos por los que el precio será bueno es porque el frío ha recortado el número de kilos por metro y esto va a hacer que la oferta para el cliente sea más escasa.



■ La berenjena es la hortaliza que mejor cotiza estos días. / FHALMERÍA



BAJO EL SOL DE NUESTRA TIERRA
SE CULTIVAN LAS MEJORES
HORTALIZAS



Ctra. De Málaga, km. 405,400 CUATRO VIENTOS Apartado de correos 78
Teléfono (950) 48.36.14 (5 líneas) Fax. (950) 48.37.61 04700 EL EJIDO (Almería)

Fruit Logistica 2010

NEGOCIOS

Las empresas almerienses se 'concentran' en la feria internacional hortofrutícola de Berlín

LOS AGENTES DEL SECTOR FELICITARON AL PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO POR LA ORGANIZACIÓN DEL VIAJE A ALEMANIA

■ José Esteban Ruiz

El gran debate de la feria berlinesa en el área reservada para la oferta de Almería fue la integración empresarial y concentración de la oferta. Iniciado por el discurso realizado por la consejera de Agricultura y Pesca durante el primer día de feria, fue seguido por todos los agentes del sector, empresas expositoras y otros representantes, institucionales o asociativos presentes en Fruit Logistica.

En este contexto, Anecoop aprovechó para presentar a sus clientes la nueva Plataforma de Hortalizas puesta en marcha por tres cooperativas de Almería, Coprohníjar, Camposol y Hortamar y la propia cooperativa de segundo grado Anecoop. Se trata de un proyecto conjunto de integración en la producción y comercialización de hortalizas con el que se pretende aumentar "la rentabilidad de las explotaciones de sus socios cooperativistas, ampliar la base de clientes, conceder una mayor notoriedad a las marcas, una mejor utilización de las filiales de Anecoop por parte de los cooperativistas y conseguir mejores precios de venta", explican desde Anecoop. Esta iniciativa pone de manifiesto un avance en el gran debate del campo almeriense y que tanto protagonismo ha adquirido en la feria alemana. Las últimas iniciativas en la búsqueda de mayor fortaleza en origen, además de la mencionada protagonizada por Anecoop, han sido la constitución de Unica Group, presentes en Berlín con un expositor integrado en el espacio de Almería; Murgiverde, cuyos responsables acudieron al gran evento de Berlín; y finalmente y el grupo con más experiencia gracias a sus más de cuatro años comercializando unidos, el integrado por Agroiris, Mayba y Ejidoluz.



■ Almería, en gran parte, volvió a integrarse con el resto de oferta llegada desde Andalucía en el stand de EXTENDA. / FHALMERIA

Pero al margen de ello, las empresas volvieron a encontrarse con sus clientes y a promocionar sus productos. La mayoría de los agentes volvieron contentos a tierras almerienses, tanto por el transcurrir de la feria, como por la buena organización del viaje por parte de la Cámara de Comercio de Almería.

Las ocho empresas que integran ECOHAL en la provincia: La Unión, Agrupaejido, Hortofrutícola Costa de Almería, Roquevícar, Agrupa Adra, Agroejido, Agro San Isidro y Agroiris han tenido la oportunidad de establecer contactos con clientes gracias al expositor de ECOHAL que le ha servido como punto de encuentro. También, CASI, Agropionte y Vegacañada, Vicasol, Femago, Agrupaalmería, Uniaagro, HORTYFRUTA o la Autoridad Portuaria entre otros, así como el Ayuntamiento de El Ejido como único Consistorio, mostraron lo mejor de sí mismos en la feria.

Como viene siendo habitual, los Premios Almería concedidos por la Cámara y empresas expositoras, cerraron los actos institucionales en Berlín.



■ Representantes, instituciones y galardonados con los Premios Almería. / FHALMERIA



■ David Soler y Trinidad Cabeo, con la Autoridad Portuaria de Almería. / FHALMERIA

LA FERIA EN IMÁGENES



Smurfit Kappa.- El stand de la empresa de embalajes fue, sin duda, uno de los más concurridos de la última edición de Fruit Logistica. Su liderazgo en su sector está más que demostrado.



CASI.- La cooperativa almeriense destacó, una vez más, por la belleza de su espacio expositor, así como por la cantidad de clientes que se acercaron al stand.



ECOHAL Granada.- La asociación presentó la mejor imagen de sus alhóndigas asociadas en Berlín. Además, organizaron un encuentro informativo sobre las posibilidades de transporte por vía marítima.



Las flores también tuvieron su hueco.- En la feria de las frutas y hortalizas también tuvieron su espacio las flores y plantas.

TUTA absoluta

La Tuta Absoluta, más conocida como la polilla del tomate, se ha convertido en la principal amenaza de los cultivos de tomate.



Defectos en la piel producidos por la Tuta.

Hasta...

...Hoy



TRICHO control



(Trichogramma achaeae)

Una verdadera **revolución** en el control biológico. Con una probada **eficacia (92-98 %)** especialmente adaptado a las condiciones climáticas de Almería. **Hoy** los productores de tomate tienen al alcance de la mano un insecto capaz de controlar **limpiamente** la plaga más dañina en ese cultivo.

¡SOLUCIÓN ABSOLUTA!



Agrobío

LA FERIA EN IMÁGENES



Juntos.- Las empresas Agrupalmería, Femago, Agrocastell y Uniagro compartieron stand y recibieron la visita de decenas y decenas de clientes del Viejo Continente.



Nature Choice SAT.- La empresa ejidense tampoco faltó a la cita anual con la feria de frutas y hortalizas más importante del mundo, punto de encuentro con sus clientes.



Unica Group.- Este grupo de empresas que han concentrado su oferta acudió por primera vez a la feria berlinesa presentando su nueva imagen.



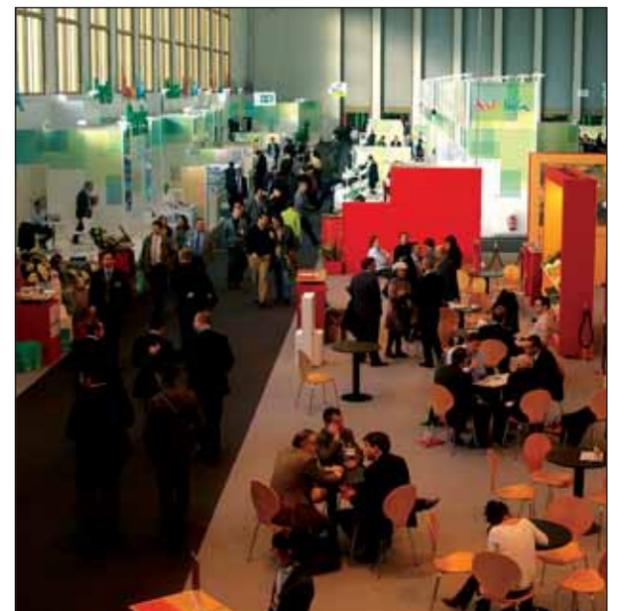
Vegacañada SA.- La empresa almeriense, que forma parte del Grupo Agroponiente, contó con stand propio, justo al lado de Agroponiente, otra empresa del grupo.



Numehns.- La casa de semillas, que está presente en medio mundo, participó un año más en Fruit Logistica presentando su amplia variedad de semillas y recibiendo a sus clientes en su acogedor espacio expositor en el que destacaron el éxito y el sabor que hace que sus productos sean únicos y tan demandados.



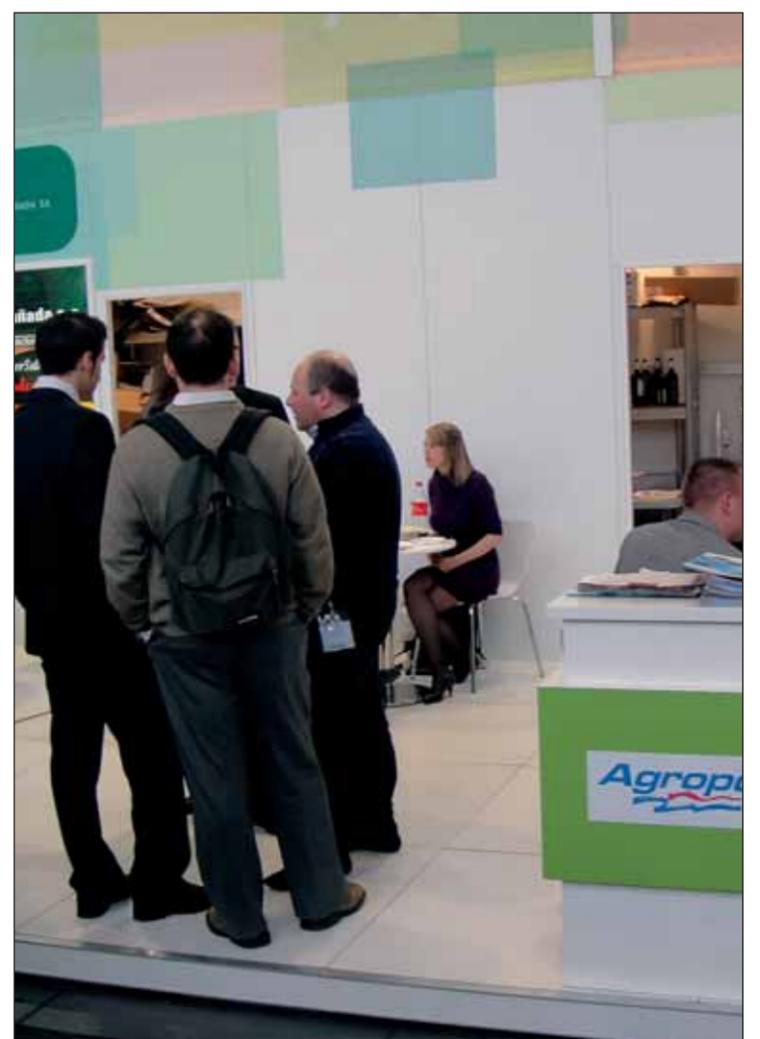
Ayuntamiento de El Ejido.- La colaboración de la mayor parte de las empresas hortofrutícolas ejidenses hizo posible, una vez más, la participación del único consistorio de la provincia participante. El concejal de Agricultura, Jorge Viseras, realizó una gran labor en la feria.



Pabellón 18.- Vista general de parte del pabellón que compartieron las regiones de Andalucía y Murcia.



Presencia almeriense.- Gran parte del Pabellón 18 de la Messe Berlín fue ocupado por diferentes empresas almerienses del sector hortofrutícola. También tuvieron presencia la Fundación Bahía Almeriport y el Ayuntamiento de El Ejido, con Jorge Viseras a la cabeza.



Agroponiente.- La empresa almeriense contó con un coqueto stand en el Pabellón 18, donde exponían las regiones andaluza y murciana.

LA FERIA EN IMÁGENES



Lleno en Syngenta.- Los comerciales de la empresa tuvieron muchísimo trabajo en Fruit Logística. En su stand se podía escuchar a clientes hablando en español, inglés, alemán e incluso francés.



Vicasol.- De izquierda a derecha, Francisco Rodríguez y José Romero (del Consejo rector), Juan Antonio González (presidente), Stephahn van Marrewick e Isidoro Sánchez (comerciales), María Encarna Morón (del Consejo rector) y el gerente, José Manuel Fdez.



Anecoop.- La cooperativa de segundo grado llevó el trabajo de los comerciales de todas y cada una de sus filiales repartidas por todo el mundo a Berlín. Las reuniones de trabajo fueron muchas.



Rijk Zwaan, un espacio pensado para sus clientes.- Su stand estaba situado en el Pabellón 1 de Messe Berlín y fue, sin duda, el punto de encuentro para su clientela más fiel, así como para potenciales clientes. Y es que esta casa de semillas es reconocida a nivel mundial por la calidad de sus productos.



TECNOPONIENTE®
I N V E R N A D E R O S

"LIDERES EN CALIDAD"

PABELLONES INTERNACIONALES EN IMÁGENES



Empresas chinas mostraron sus productos en la feria.- China mostró lo mejor de sus frutas y hortalizas en espacios expositivos de reducidas dimensiones.



Egipto participó unido y mostró su cara más bella.- Las empresas egipcias destacaron por su unidad. Egipto dio imagen de homogeneidad al decorar cada participante del país el stand de la misma manera. Los cítricos fueron el producto que más promocionaron.



La competencia también estuvo presente.- Israel promocionó sus pimientos en la Messe Berlín.



Los mexicanos ofrecieron su fruta.- Bananas y frutas exóticas fueron los principales productos que presentó México en la última edición de Fruit Logistica.



Consorzio Poma de Italia comercializa pedacitos de fruta en originales envases tetra brik.- Serena Rota, responsable del Departamento Exterior del Consorzio Poma, agrupación empresarial de Basilicata (sur de Italia), muestra orgullosa los envases.



Uno de los stands que más llamó la atención.- La manzana Pink Lady atrajo la atención de los visitantes de la feria con su llamativo stand de color rosa.



Los premios Innovation Awards volvieron a cautivar al público.- La empresa Mehadrin Tnuport Export de Israel mostró una nueva forma de consumir granadas.



Marruecos volcó su atención en promocionar sus cítricos.- El país alauita promocionó más sus naranjas que sus tomates y lo cierto es que no cautivó.

LA PARCELA DE ALEX



Comarcas

TRESCIENTOS EUROS POR HECTÁREA



■ El concejal de Agricultura de El Ejido ha solicitado información para que los agricultores accedan a las subvenciones. / FHALMERÍA

Las ayudas a la limpieza del campo condicionadas a un plan provincial

■ José Esteban Ruiz

En el Ayuntamiento de El Ejido se han interesado recientemente por las ayudas anunciadas por la Junta de Andalucía para la limpieza del campo. Este apoyo consistía en 300 euros por hectárea, según ha reiterado en varias ocasiones la consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera. Por tanto, el concejal de Agricultura y Medio Ambiente ejidense, Jorge Viseras envió una carta solicitando información sobre los incentivos a la higiene rural en zonas de invernaderos. En el escrito, Viseras exponía que los agricultores del municipio, atendiendo a la normativa del Ayuntamiento, están haciendo frente al gasto de recogida, transporte y tratamiento de residuos, y que en las circunstancias

económicas actuales “se verían gratamente satisfechos si se vieran compensados con la ayuda prometida”. Con esta exposición, precedida de las citas donde se habían anunciado estas ayudas, Viseras solicitaba que se le indicara la forma de proceder, o en su caso, el estado en el que se encuentra el trámite, para que los agricultores “puedan beneficiarse lo antes posible”.

En la última semana de enero, Jorge Viseras recibió la respuesta de la Consejería de Agricultura y Pesca, a través de una carta en la que literalmente se expone que “la postura de esta Consejería, expresada por la consejera en diferentes ocasiones, es la de emplazar a los ayuntamientos, competentes en materia de gestión de residuos, a mantener una adecuada higiene rural,

estableciendo ordenanzas para gestionar los residuos de una manera homogénea”. Además, explican que la consejera ha hecho referencia al ‘barrido cero’ como medida excepcional en 2001 para limpiar el campo de residuos cuyo coste fue de 6 millones de euros. Finalmente, informan al concejal ejidense de que “la consejera se ha manifestado dispuesta a colaborar en la elaboración de un plan de gestión para los residuos agrícolas, que debe tener un enfoque territorial y contar con el apoyo de la Diputación de Almería”. Ante tal respuesta, Viseras ha mostrado su decepción por la medida en la que se condicionan las ayudas a un plan provincial de higiene rural. De todas formas, Jorge Viseras ha manifestado su intención de continuar

insistiendo para que “las ayudas prometidas lleguen a los agricultores.

DAÑOS POR EL TEMPORAL

Por otra parte, tras las declaraciones realizadas por Clara Aguilera, en una de sus visitas a Motril, donde aseguró que la Junta ofrecería ayudas por los daños ocasionados por el temporal, el concejal de Agricultura ejidense ha solicitado información al respecto. Se le ha enviado a la consejera, así como al parlamentario socialista, Manuel García Quero -a petición expresa de él- la relación de afectados, que en el municipio se contabiliza. 97 agricultores y unas 122 hectáreas de superficie, con daños valorados en casi 800.000 euros.

VÍCAR

El PP lamenta los vertidos ilegales del Ayuntamiento

■ R. V. A.

El presidente del Partido Popular de Vícar, José Antonio Fernández, ha denunciado la existencia de un vertedero completamente ilegal en el que, según ha explicado, “los operarios depositan la poda y restos de los jardines municipales, mientras que el resto de agricultores cumplen con su obligación de depositar los residuos en un centro autorizado para el tratamiento de residuos agrícolas y pagan por ello”.

Lo que también ha molestado mucho en las filas del PP vicario es que, como ha explicado Fernández, “mientras que el Departamento de Sanidad Vegetal de la Consejería de Agricultura y Pesca se dedica a denunciar las propiedades de los agricultores en el municipio, y les da diez días para limpiar las parcelas, además de imponerles una sanción de 3.000 euros, cuando se trata del vertedero ilegal en el que el Ayuntamiento deposita los residuos de los jardines, prefieren mirar hacia otro lado y no actuar, como lamentablemente está ocurriendo”.

RENCILLAS

■ Rafa Villegas

La posible reducción de caudales a varios agricultores por parte de la Agencia Andaluza del Agua ha llevado a la Plataforma para la defensa de las aguas privadas del Poniente a acusar al presidente de la Comunidad de Usuarios de los Acuíferos de la Sierra de Gádor, Andrés Cuadrado, de lo que está sucediendo.

Según la versión de la Plataforma, “la Agencia se basa en supuestas Actas de Inspección o reconocimiento de las instalaciones de los pozos llevadas a cabo a es-

La Plataforma para la defensa de las aguas privadas del Poniente acusa al presidente de Sierra de Gádor de engañar a regantes

paldas de sus propietarios por Andrés Cuadrado”. Según afirman, “este señor, sin comunicar nada a los presidentes de las numerosas comunidades de regantes afectadas, en el año 2006 se atribuyó ante la Administración la representación que nunca ha tenido de aquéllas, simulando haber llevado a cabo inspecciones que nunca se hicieron y firmando actas de reconocimiento de las caracterís-

ticas técnicas de los pozos que, realmente, nunca se comprobaron y mucho menos con conocimiento de sus propietarios-regantes”.

DESMENTIDO

Andrés Cuadrado, que ha sido citado por el juez como testigo, mantiene que “lo único que hice fue acompañar a los técnicos de

la Agencia para que comprobaran que las instalaciones que buscaban estaban ahí”. Además, ha sido tajante en desmentir que él hubiera ofrecido en ningún momento “algún dato, puesto que esa no era mi competencia”.

El problema viene de lejos. Y es que, como ha explicado Cuadrado, “debido a que queríamos llevar a cabo un plan de modernización, algunas comunidades

de regantes se mostraron en contra, por lo que algunas se fueron por voluntad propia y otras, que lo único que hacían era entorpecer a los demás, fueron expulsadas”. De ahí vienen las rencillas que, pese al paso de los años, aún persisten.

Cuadrado está muy tranquilo, aunque reconoce que le “están complicando la vida”. Y es que, la comunidad que preside ha logrado, gracias a las obras de modernización, que sus regantes tengan un ahorro mínimo de agua del “25 por ciento y tengan siempre agua a su disposición”.

MOCIÓN

El PSOE roquetero se queja del "abandono que sufre el sector agrícola municipal"

■ R. V. A.

Si Izquierda Unida ya denunció a principios de año la falta de compromiso con el sector agrícola que tiene el Equipo de Gobierno de Gabriel Amat, ahora le toca el turno al PSOE, que ha presentado una moción para debatirla en el Pleno Municipal.

Así, la concejala del PSOE roquetero, María José López, ha recordado indignada que "los presupuestos municipales conforman unos gastos en agricultura entre los años 2006, 2007 y 2008, del 0,9, 1,92 y 1,26 por ciento del gasto total, respectivamente, o sea, que la inversión media del consistorio en materia agrícola en estos tres años es del 1,36 por ciento del total, una cantidad absolutamente insuficiente para el mantenimiento óptimo de los servicios de competencia municipal en el ámbito agrario". Una partida que, según ha añadido López, "es inferior a los gastos presupuestados para el

Gabinete de Alcaldía en el ejercicio de 2010".

María José López ha explicado que se han detectado necesidades en infraestructuras de las zonas agrícolas, como refuerzo del firme asfáltico; de alumbrado; de limpieza y delimitación de cunetas, de seguridad de los peatones y, entre otras, de señalización viaria y de evacuación y recogida de aguas pluviales.

Por citar algunos caminos afectados, López ha elegido "el de Guardias Viejas, camino de Balsa de Romera, un tramo del camino de Las Marinas a Roquetas, desde el cruce con la carretera de los Mercados hasta el Puerto, en el camino Pista de Iryda", entre muchos otros.

Finalmente, la concejala socialista ha afirmado que "desde el Grupo Socialista consideramos que los agricultores de Roquetas necesitan unos servicios municipales de calidad, pagan sus impuestos, aportan riqueza a nuestro municipio y crean empleo".

EFICACIA

La Guardia Civil sigue su lucha contra los ladrones de materiales agrícolas

■ R. V. A.

La Guardia Civil continúa demostrando su eficacia y ha vuelto a detener a varios individuos prácticamente con las manos en la masa. Se trata de personas a las que se les ha incautado una serie de materiales agrícolas que supuestamente habrían robado en la Comarca del Poniente almeriense.

Lo cierto es que, como han explicado desde la organización agraria ASAJA en Almería, "los días de lluvia y viento", que no han faltado desde el pasado mes de noviembre, son más propicios para que los ladrones actúen, ya que es "cuando las explotaciones se encuentran menos vigiladas por sus propietarios".

Desde la organización agraria, por otra parte, han querido, una vez más, hacer un llamamiento a aquéllos agricultores o ganaderos que "puedan verse afectados por robos para que se pongan en contacto inmediatamente o con la Guardia Civil o con ASAJA". Y es que, como han explicado, "desde el año pasado, a través de un acuerdo con la Subdelegación del Gobierno, se puso en marcha un sistema de denuncias rápidas para agilizar todo el proceso".

Entre el material preferido de los cacos figuran motores y gomas de riego, todo tipo de herramientas, fertilizantes, fitosanitarios, así como mochilas para sulfatar, además de aparatos como televisiones o radios que roban en los cortijos.

'UN TESORO OCULTO BAJO TUS PIES'

La Junta da a conocer la importancia de los acuíferos

EL PONIENTE CONTARÁ CON UNA DESALADORA, MIENTRAS QUE EN ADRA SE INSTALARÁ UNA DESALOBRADORA PARA APROVECHAR EL AGUA

■ Rafa Villegas

Como cualquier tesoro que se precie, los acuíferos del Poniente se encuentran bajo tierra. La Agencia Andaluza del Agua se está preocupando en dar a conocer su importancia. Es por ello que continúan llevando a diferentes rincones de la comarca una exposición itinerante que forma parte del Programa 'Acuíferos del Poniente: un tesoro oculto bajo tus pies'. El último municipio que la albergó fue Dalías.

Gracias a la nueva gestión de aguas, cuyo Programa de Actividades de Apoyo a la Protección-Regeneración de los Acuíferos del Sur de Sierra de Gádor - Campo de Dalías, ha firmado la Agencia Andaluza del Agua, la Empresa Estatal de Aguas de las Cuencas Mediterráneas, así como el Instituto Geológico y Minero de España y la Junta Central de Usuarios de Acuíferos del Poniente Almeriense, se va a avan-



■ Inauguración de la muestra en el Casino de Dalías. / FHALMERÍA

zar mucho en uso responsable del agua y en infraestructuras.

Así, el gerente provincial de la Agencia Andaluza del Agua, José Manuel Merino, ha explicado que "este programa prevé llevar a cabo una serie de acciones dirigidas a paliar la problemática hídrica existente en el Poniente almeriense que consiste, básicamente, en reducir la sobreexplotación de los

acuíferos subterráneos y minimizar la intrusión marina en estos acuíferos mediante la construcción de infraestructuras alternativas para la obtención del agua y otras medidas complementarias".

Para ello, está prevista una desaladora en el Poniente, una desalobradoradora en Adra y la reutilización de aguas de las depuradoras de Adra, El Ejido y Roquetas.

QUEJAS

Los socialistas de Adra critican la situación de las vías rurales

■ R. V. A.

El Partido Socialista de Adra ha vuelto a poner el grito en el cielo por la, a su juicio, "mala gestión" que realiza el Equipo de Gobierno del Partido Popular abderitano en materia agrícola. Según han informado desde este grupo político de la oposición, no entienden "la desidia del Equipo de Gobierno del Ayuntamiento de Adra, que se ha dejado un número considerable de caminos rurales sin arreglar y que se encuentran en un estado bastante lamentable".

Por poner algún ejemplo de la situación que quieren hacer llegar a la opinión pública, desde el Partido Socialista de Adra han explicado que "en la Cuesta del Moreno no se han asfaltado los arcones de la vía y se está par-



■ Vía rural dañada. / FHALMERÍA

tiendo el alquitrán con el tránsito diario". Para los socialistas, ello "supone un riesgo tanto para los vehículos como para los agricultores que quieren acceder a su invernadero".

Del mismo modo, desde el PSOE de Adra han lamentado que existen "otros muchos ca-

minos que están totalmente intransitables y es casi imposible acceder a ellos, por lo que con este tipo de acciones se vuelve a poner de manifiesto que no se hace un buen uso del dinero de los abderitanos".

Entre las prioridades que, según los socialistas, tienen varios caminos del municipio figuran "la de asentar el firme asfáltico, limpiar y definir bien las cunetas, mejorar la iluminación y, sobre todo, conseguir que haya una buena instalación de recogida de aguas pluviales para que no se vuelva a repetir" lo sucedido con las constantes lluvias.

Lo cierto es que las reivindicaciones de los socialistas de Adra parecen un calco de las que realizan sus compañeros de partido del municipio de Roquetas de Mar.

COMUNIDAD DE USUARIOS

La modernización de regadíos en Níjar concluirá a finales de año

LA TERCERA FASE YA ESTÁ EN EJECUCIÓN, MIENTRAS QUE LAS DOS ANTERIORES HAN LLEVADO EL AGUA A MÁS DE 5.000 HAS.

■ Isabel Fernández

Las obras de modernización y consolidación de regadíos que se están llevando a cabo en la Comunidad de Usuarios del Campo de Níjar podrían concluir a finales de este año. Así lo afirmó el presidente de la Comunidad, Antonio López, quien indicó que, de hecho, ya hace unos tres meses que se inició la tercera y última fase de esta intervención, cuyo presupuesto total asciende a unos 66 millones de euros. Con la conclusión de esta tercera fase se daría por completada la red de distribución de agua procedente de la desaladora de Carboneras y de la que se beneficiarán más de 1.800 agricultores que cultivan unas 7.000 hectáreas. Asimismo, el presidente de los comuneros indicó que están a la espera de la



■ En las fases I y II se han construido 7 balsas. /FHALMERÍA

concesión de una ayuda “muy interesante” por parte de la Junta de Andalucía y que podría llegar a sufragar, incluso, hasta el 30% de la inversión realizada en esta tercera fase y que asciende a 12 millones de euros.

Esta última fase pretende llevar el agua de la desaladora de Carboneras hasta las zonas situadas por encima de la autovía A-7 y que, por su altura, necesitan de una mayor impulsión de agua. En este sentido, López explicó que,

hasta el momento, “se han ejecutado algunas de las salidas de agua para estas zonas”. Asimismo, esta última etapa de las obras llevará el agua hasta los lugares en los que las necesidades hídricas son menos imperiosas, como es el caso de El Jabonero.

La ejecución de la I y II fase de estas obras de modernización ha permitido la creación de 7 balsas de regulación con una capacidad superior a los 800.000 hectómetros cúbicos.

NÍJAR



■ El edil de Agricultura y el alcalde nijareño. /FHALMERÍA

El Ayuntamiento trabaja en la creación del consorcio que gestionará los residuos

■ I. F. G.

El Ayuntamiento de Níjar ya se ha puesto manos a la obra en la elaboración del proyecto para la constitución del consorcio que se encargará de la gestión de los residuos agrícolas del municipio una vez se ponga en marcha su Plan de Higiene Rural. Así lo afirmó el edil de Agricultura nijareño, José Requena, quien explicó que, en principio, la idea es que este consorcio esté formado por Níjar y Almería, aunque no se descarta que también participen en él la gran mayoría de municipios del Levante provincial. Este consorcio, según indicó, “será el que se encargue de controlar todo”. Asimismo, Requena comentó que “el censo de fincas está casi finalizado” y señaló que, de hecho, “los técnicos ya están realizando las últimas comprobaciones”.

Por otro lado, el concejal dijo que “estamos en conversaciones con la Junta de Andalucía para ver qué pasa con los 300 euros por hectárea que prometieron”, una ayuda que, a su juicio, resulta

fundamental para que la puesta en marcha del Plan de Higiene Rural “tenga el menor coste posible para el agricultor”. En este sentido, comentó que, de ser cierto que la Administración autonómica prevé supeditar la entrega de la subvención a la elaboración de un plan de higiene rural a nivel provincial, “eso retrasaría mucho las cosas”. “Me sorprende -afirmó- que esto sea así ahora, entre otras cosas porque en conversaciones anteriores con la Junta siempre nos han dicho que las ayudas dependerán de la creación de un plan de higiene a nivel municipal”.

Por último, y con respecto a la fecha en la que prevén que esté finalizado el proyecto del consorcio, el edil nijareño señaló que “es difícil fijar una fecha”. Y es que, en gran medida, “todo va a depender de la ayuda de la Administración”. Según explicó, la intención es que la puesta en marcha del nuevo Plan, si bien significará que los agricultores contarán con un mayor número de servicios, “no debe suponer un coste adicional”.

CONSECUENCIAS

Alhama acondiciona caminos tras el temporal de lluvia

El Ayuntamiento de Alhama de Almería inició el 11 de febrero los trabajos para acondicionar de nuevo los caminos rurales del municipio dañados tras el tem-

poral. En este sentido, según explicaron desde el Consistorio, debido a las precipitaciones, los caminos y veredas quedaron bloqueados, dificultando, de este

modo, el acceso a las explotaciones agrarias y ganaderas. Desde el Ayuntamiento solicitaron ayudas de urgencia a la Consejería de Agricultura para llevar a cabo cuanto antes los trabajos necesarios. Las primeras actuaciones se han centrado en la reparación del tramo del camino del Puente, de Retamar (Loma Galera), el del Moralillo o de Los Frailes.

ExpoLevante Níjar2010 y NíjarCaza

DEL 7 AL 10 DE ABRIL
CENTRO DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS
CAMPOHERMOSO - ALMERÍA
Horario: 11:00 - 21:00 h



Ayuntamiento de Níjar

Concejalia de Agricultura y Medio Ambiente



ULTIMOS PREPARATIVOS

ExpoLevante logra aumentar el número de empresas participantes a pesar de la crisis

A MÁS DE UN MES PARA SU CELEBRACIÓN, EL EVENTO YA CONTABA CON UNA OCUPACIÓN SUPERIOR AL 80%, SEGÚN SU CONCEJAL

■ Isabel Fernández

ExpoLevante-Níjar ya cuenta con más de un 80% de ocupación de stands. Así lo afirmó el concejal de Agricultura y Medio Ambiente de Níjar, José Requena, quien valoró este hecho "a pesar de la crisis" y, más aún, si se tiene en cuenta que la mayoría de las empresas habían confirmado su presencia en la cita más de un mes antes de su celebración, entre el 7 y el 10 de abril próximos. El edil nijareño confió, además, en que la edición 2010 de esta feria agrícola superará con creces el número de visitantes de 2008, cuando fueron en torno a 40.000 las personas que, durante su celebración, pasaron por el Centro de Exposiciones de Campohermoso, inaugurado para la ocasión. Este año, para que el evento sea considerado un éxito, una vez más, "esperamos superar los 50.000 visitantes".

Para ello, desde el Consistorio están poniendo todo de su parte y, es más, confían en que la coincidencia de NíjarCaza, la primera feria de caza de la provincia, con ExpoLevante contribuya a atraer a muchos más curiosos al recinto ferial. En este sentido, Requena comentó que "estamos muy ilusionados con la edición de este año" y, para que nada falle, desde el Ayuntamiento del municipio ya ultimán todos los



■ La edición 2008 del evento nijareño contó con casi 40.000 visitantes. / FHALMERIA

detalles. De hecho, según indicaron, ya a finales de febrero se estaba intentando cerrar su participación con todas las empresas y, además, se preparaba la que será la presentación oficial del evento y que tendrá lugar el próximo 9 de marzo. A esta presentación, según apuntaron desde el Consistorio, está previsto que asistan, además del alcalde del municipio, Antonio Jesús Rodríguez, y su edil de Agricultura, los empresarios que, finalmente, confirmen su participación en esta nueva edición de ExpoLevante.

Por otro lado, y con respecto a la celebración, coincidiendo con

la feria agrícola, de NíjarCaza, también son muchas las expectativas puestas en este evento.

NÍJARCAZA

Más de dos meses antes de la celebración del evento eran en torno a 600 los perros de caza para los que se había confirmado su participación en la primera feria de cinegética de la provincia. Una cifra que, desde luego, pone de manifiesto la importancia del evento y, de ahí, la relevancia y papel protagonista que el Consistorio nijareño ha querido otorgarle al celebrarlo de forma pa-



■ El delegado Juan Deus inauguró la cita. / FHALMERIA

ralela a ExpoLevante. Asimismo, en esta nueva edición, el Ayuntamiento del municipio quiere poner en valor la vinculación existente entre la agricultura almeriense y sus espacios naturales, en este caso, la agricultura nijareña con el Parque Natural Cabo de Gata-Níjar.

Por último, la celebración de esta edición 2010 de ExpoLevante reafirma la intención del Consistorio de otorgar continuidad a la cita, sobre todo después de su recuperación ya en 2008

tras varios años de ausencia. En esta ocasión, el evento se perfila más profesional que en su última edición y prueba de ello es, entre otras cosas, la mayor asistencia de empresas con stand propio. ExpoLevante aspira a convertirse en un evento de referencia para todo el sector agrícola provincial. Y es que su zona de influencia, toda la comarca de Níjar, tiene mucho que decir sobre el pasado de la horticultura provincial, pero también sobre su presente y futuro.

HACIENDO MEMORIA

La edición de 2008 fue la primera organizada por el Consistorio nijareño

■ I. F. G.

La última edición de ExpoLevante-Níjar, la de 2008, fue la primera organizada íntegramente por el Ayuntamiento de Níjar. Esto fue así, según explicaron entonces desde el Gobierno local, porque querían optimizar recursos en la puesta en marcha de una feria de estas dimensiones. Aún así, y cons-

cientos del valor que aporta la experiencia, contaron con la colaboración de anteriores organizadores, así como de miembros que formaban la comisión expositora para la preparación de lo que desde el Consistorio denominaron entonces la "primera edición de ExpoLevante-Níjar".

Asimismo, y como muestra de la importancia concedida por el Ayuntamiento a la recuperación

de esta feria tras cuatro años de ausencia, se inauguró un nuevo recinto ferial en el municipio. El Centro de Exposiciones de Campohermoso abrió sus puertas con motivo de la celebración de ExpoLevante, erigiéndose así como el perfecto marco para acoger mil y un eventos, no sólo relacionados con el sector hortofrutícola, sino con cualquier otra materia.

PROYECTOS

Chirivel contará con un área de transformación de cultivos extensivos

SERÁ LA PRIMERA DE ALMERÍA Y GRANADA Y EN ELLA SE ELABORARÁ, TRANSFORMARÁ Y COMERCIALIZARÁ UVA, CEREAL Y ALMENDRA

■ Isabel Fernández

Chirivel contará con la primera área de transformación y comercialización de cultivos extensivos de Almería y Granada. Así lo afirmó su alcalde, Cristóbal Aránega, quien explicó que, de momento, se trabaja en un primer proyecto consistente en la creación de tres naves de 1.000 metros cuadrados cada una para la recepción y almacenamiento de almendra, cereal y uva de vino. Esta iniciativa, financiada al 100% por la Junta de Andalucía, se enmarca en un proyecto piloto Faro y contará con un presupuesto de 1'2 millones de euros.

Ya a mediados de febrero, el Consistorio del municipio mantuvo una reunión con DAP, la empresa encargada de redactar el proyecto, y con representantes de la Administración. En este primer encuentro, según Aránega, "trasladamos a la empresa cuáles son nuestras necesidades y cuáles se-



■ El proyecto cuenta con 1'2 millones de presupuesto. / FHALMERÍA

rían los parámetros a seguir para la construcción de las tres naves". Asimismo, indicó que la ejecución de estas instalaciones, así como de sus accesos, está prevista para este 2010.

Posteriormente, se llevará a cabo un segundo proyecto cuyo objetivo será la elaboración, transformación y comercialización de los tres productos anteriores. En este sentido, en el caso del cereal, éste se destinará a la elaboración de piensos ecológicos; la almendra, también ecológica, se confeccionará para su posterior venta; y, finalmente, la uva de vinificación irá destinada a la elab-

boración de caldos con la denominación Vinos de la Tierra del Norte de Almería. En relación a este segundo proyecto, el regidor de Chirivel señaló que, si bien es cierto que aún no hay nada en firme, "sí existe el compromiso de llevarlo a cabo" y, de hecho, ya se habla de una partida presupuestaria igual a la del primer proyecto, es decir, 1'2 millones.

Todo este entramado estará gestionado por una cooperativa que "ya cuenta con más de 100 socios". Cada uno de ellos ha aportado 1.500 euros de capital y "se han comprometido a aportar esta misma cantidad anualmente du-

rante cinco años". La intención es contar con un capital que cubra las inversiones que pueda no cubrir la aportación de la Junta de Andalucía.

VALOR AÑADIDO

Cristóbal Aránega afirmó que el objetivo de ambos proyectos es "que el valor añadido se quede aquí". Según explicó, "en toda la zona de agricultura extensiva de Almería y Granada no hay un proyecto andaluz de esta envergadura", sino que "hay cooperativas de fuera que son las que generan el valor añadido sobre nuestros productos". Teniendo esto en cuenta, apuntó que este proyecto "tiene una gran perspectiva de crecimiento y expansión". Y es que, según las primeras estimaciones, la puesta en marcha del primer proyecto -el de la construcción de las naves de recepción y almacenamiento- generará 15 puestos de trabajo directos y una cifra de empleos indirectos aún por determinar.

Por último, el alcalde de Chirivel calificó el proyecto de "vital" para la creación de empleo y el mantenimiento de la actividad agraria en la zona.

LOS VÉLEZ

Inaugurado el nuevo Centro de Calidad Agroalimentaria

■ I. F. G.

La directora general de Desarrollo Sostenible del Medio Rural, Isabel María Aguilera, inauguró recientemente el Centro de Calidad Agroalimentaria de Los Vélez, en el municipio de Vélez Rubio. Este Centro, que ha supuesto una inversión superior a los 332.500 euros, permitirá a los agricultores y ganaderos de la comarca mejorar las certificaciones de calidad, las acreditaciones y los planes de higiene obligatorios.

Asimismo, en él se desarrollarán técnicas de análisis de productos agroganaderos, para lo que el Centro cuenta con dos laboratorios, uno fisicoquímico, en el se realizan estudios de suelo, agua, metales pesados, residuos y contaminación ambiental, entre otros; y otro microbiológico donde se hacen pruebas de carne, lácteos, frutos secos, semillas, patatas, miel, productos hortofrutícolas o purines, entre otros. Se cubre así una carencia de esta comarca almeriense.

PROBLEMAS PARA EL PRODUCTOR

Más del 30% de la almendra de la pasada campaña aún no se ha vendido, según UPA

■ I. F. G.

Más del 30% de la almendra recolectada durante la última campaña sigue sin venderse. Así lo afirmó Francisca Iglesias, secretaria general de UPA-Almería, quien explicó que esto es así debido, sobre todo, a la fuerte competencia de la almendra californiana que, año tras año, inunda los mercados. Iglesias señaló que tras la manifestación protagonizada por los productores de la provincia a principios del pasado mes de noviembre, "los precios de la almendra subieron bastante". De hecho, según indicó, la variedad Marcona, en pepita, llegó a los 4'50 euros el kilo cuando, apenas dos semanas antes, se vendía entre 2'50 y 3 euros el kilo. Este mismo incremento experimentado por la Marcona, la variedad más pre-



■ Los buenos precios apenas duraron dos meses. / FHALMERÍA

ciada, también se dejó notar en la desmayo o la almendra comuna.

Este aumento de los precios, según la secretaria general de UPA en la provincia, no tiene una fácil explicación. Así, argumentó que, en esas fechas, "la almendra que

llega en barco -la que viene de California- tuvo, como otras muchas veces, un problema" y es que "tras tantos días de viaje, la almendra fermenta y pierde calidad". Sin embargo, consideró que este hecho no podía ser el causante de los

buenos precios, puesto que es un problema muy habitual.

En cualquier caso, esas buenas cotizaciones duraron poco. Tanto es así que "el precio se mantuvo sólo hasta finales de enero" y, de hecho, a día de hoy, la almendra se vende algo más barata, "pero no tanto como a finales de octubre". Asimismo, Iglesias apuntó que esta situación de 'bonanza' no duró lo suficiente como para que los productores que tenían almendra almacenada pudieran deshacerse de ella. "Más del 30% de la almendra sigue sin venderse", apuntó y añadió que "hubo quien vendió con los buenos precios, pero éstos fueron sólo los que pudieron aguantar. Muchos agricultores, asfixiados por las deudas, tuvieron que vender la almendra cuando los precios todavía eran muy bajos".

LEVANTE

Programas de Desarrollo Rural generan 300 empleos

■ I. F. G.

Los 122 proyectos puestos en marcha en el Levante almeriense con los Programas de Desarrollo Rural para 1999-2006 han generado 320 empleos en esta zona de la provincia. Así lo afirmó la secretaria general de Desarrollo Sostenible del Medio Rural, Isabel María Aguilera, en su visita a Almería. La responsable de la Administración detalló, además, que estas iniciativas han supuesto una inversión total de 16 millones de euros, más de 6'5 millones aportados por la Junta. Asimismo, anunció que para el Programa Líder, que se ejecutará hasta 2015, ya se ha realizado una primera asignación al GDR de Levante de 4'32 millones.

ALBOX

Los datos del censo agrario, para finales de marzo



■ E. S. G.

La oficina del Ayuntamiento de Albox está ultimando, en estos momentos, el Censo Agrario 2009. El estudio estadístico comenzó en el mes de octubre de 2009 y finalizará en marzo. En este sentido, durante tres meses, se está realizando una serie de cuestionarios con el propósito de contabilizar la superficie de los terrenos, así como el tipo de ganado y de cultivo en la zona. En el caso de Albox, los cultivos de olivo, almendro y cítricos son los que ganan por goleada al resto, aunque habrá que esperar hasta marzo para conocer las estadísticas exactas. Una vez que se finalice dicho estudio, los datos se comunican al INE.

BIOCOMBUSTIBLE

La nueva planta desarrollada por Oro del Desierto prevé una producción de 1000 toneladas de compost

LA EMPRESA HA RECIBIDO UNA NUEVA SUBVENCIÓN DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA PARA TERMINAR DE ACONDICIONAR EL SITIO

■ Elena Sánchez

La nueva planta de compostaje de alpeorujos puesta en marcha por la empresa almeriense Oro del Desierto va a contar con una capacidad total de producción de 1000Tm de compost utilizable como abono orgánico en las fincas de la zona. De hecho, actualmente, el responsable de la entidad, Rafael Alonso, ha explicado que “la planta se encuentra en operación y estamos preparando las primeras partidas de compost procedentes del alpeorujos de esta campaña. De momento, debido a la cantidad de lluvias no se ha podido secar ningún lote de los que están en proceso, ya que el compostaje se hace a cielo abierto”. Aún así, “esperamos poder poner en aplicación el compost que estamos elaborando ahora para incorporarlo como abono a las fincas a finales de verano”.



■ Rafael Alonso, responsable de Oro del Desierto. / FHALMERÍA

Asimismo, Rafael Alonso ha explicado que el proceso a seguir no es muy complejo. Se lleva a cabo en una deshuesadora por la que se pasa el alpeorujos antes de llevarlo a la planta de compostaje.

VENTAJAS

La puesta en marcha de esta planta conlleva un sinnúmero de ventajas. Entre ellas, el responsable de Oro del Desierto argumenta que “eli-

minamos la dependencia de retirada de alpeorujos por parte de la refinería y creamos un valor añadido al proceso, ya que obtenemos abono a partir de una materia prima secundaria como es el alpeorujos. Con ello, hacemos que la empresa sea más rentable y a la vez más sostenible, puesto que no es necesario transportar alpeorujos a Granada o Murcia, donde están las orujeras más cercanas con el consecuente gasto de combustible fósil”.

TRASVASE NEGRATÍN

El Almanzora recibirá 50 hm3 de agua para riego

■ E. S. G.

La Comisión de Explotación del Trasvase Negratín-Almanzora aprobó a finales de enero, en Almería, las nuevas normas que regirán la explotación del trasvase entre ambos embalses, pertenecientes a los distritos hidrográficos del Guadalquivir y Mediterráneo, respectivamente. Así, entre las normas aprobadas, destaca que la Junta de Andalucía garantiza, desde el punto de vista legal, que, en condiciones normales, la comarca del Almanzora reciba 50 hectómetros cúbicos de agua, cada año, procedentes del Trasvase Negratín-Almanzora, de los que 43 hectómetros cúbicos serán para riego.

A este respecto, el trasvase de 50 hectómetros cúbicos podrá realizarse desde el Embalse del Negratín al de Cuevas del Almanzora siempre y cuando el volumen embalsado en el primero supere los 210 hectómetros cúbicos y el Sistema de Regulación General supere un mínimo del 30% de su capacidad de embalse.

PATERNA DEL RÍO

Agricultura mejora los caminos rurales afectados por las lluvias

■ E. Sánchez

La Consejería de Agricultura ha informado que ha iniciado las actuaciones urgentes para la mejora de los caminos rurales que se han visto afectados por los temporales de la provincia de Almería. Las actuaciones se iniciaron en Paterna del Río y en Terque, y continuarán a lo largo de las próximas semanas en otros once municipios. El delegado provincial de la Consejería, Juan Deus, junto al alcalde de Paterna del Río, José Asensio Águila, visitó a mediados de febrero en este municipio los trabajos que se realizan en el camino de la Balsa Grande, en el que ya se ha restablecido el paso.

De hecho, el camino de la Balsa Grande, que se vio cortado por el temporal, es uno de los de más



■ Deus en Paterna. / FHALMERÍA

tránsito, ya que además de servir de acceso a varias explotaciones agrícolas y ganaderas, es la vía para el mantenimiento del depósito de agua de una comunidad de regantes, así como la vía de conexión con unas pistas forestales que llevan a unas zonas recreati-

vas y cinegéticas. En Paterna del Río se realizan también trabajos de mejora en el camino Choclá.

En este sentido, desde la Consejería de Agricultura se ha establecido que, con el fin de atender la reparación de los destrozos más urgentes en Andalucía, se va a destinar una primera partida de 3 millones de euros, presupuesto que podrá ampliarse en el caso de que sea necesario atender otros caminos. En la provincia de Almería, las actuaciones más urgentes se realizan, en un principio, en trece municipios: Abla, Alhama de Almería, Almócita, Bayárcal, Bentarique, Fondón, Instinción, Nacimiento, Ohanes, Padules, Paterna del Río, Serón y Terque. Las empresas contratadas para la realización de estos trabajos están empleando a unos 40 trabajadores.

EXPANSIÓN

Dos vinos de La Bodega de Alboloduy, presentes en el Aria Hotel de Praga

■ E. S. G.

Los vinos Taracín y Colección Cristina Calvache Syrah, dos tintos de crianza elaborados por la enóloga almeriense Cristina Calvache, podrán ser degustados a partir de ahora en el Coda Restaurant del Aria Hotel de la ciudad de Praga dirigido por el chef David Sasek. En este restaurante los comensales pueden degustar innovadores sabores internacionales regados con una seleccionada carta de vinos. El acuerdo comercial se cerró en días pasados a través de Fine Wine Cz., representante y distribuidor de los vinos de la Bodega de Alboloduy en República Checa. Según David

Kuchar, director comercial de Fine Wine Cz., este contrato supone un hito muy importante en la consolidación de los vinos de Cristina Calvache en República Checa y ha sido motivado principalmente por la altísima calidad de estos caldos, contrastada internacionalmente en los más prestigiosos concursos de vinos del mundo.

Para Francisco Calvache, gerente de esta joven bodega almeriense, “el hecho de que nuestros vinos estén presentes en uno de los más lujosos hoteles de Praga supone un paso más y muy importante en la consolidación de nuestro proyecto internacional, iniciado ya hace dos años”.

Especial Alhóndigas



Un millón de toneladas de frutas y hortalizas, bajo el control de ECOHAL, al margen de la Interprofesional

✓ Esta situación somete a miles de agricultores que tienen que acatar las decisiones de Hortyfruta por la extensión de la norma.

✓ Las alhóndigas son hoy el único referente que tiene el agricultor cada día para saber el precio de sus hortalizas

... Y CRECIENDO

Las alhóndigas suponen la mitad de la producción hortofrutícola

DESDE LA PROVINCIA DE ALMERÍA Y HASTA MÁLAGA, LAS SUBASTAS SURTEN DE PRODUCTO A LAS MÁS GRANDES CADENAS DÍA TRAS DÍA

■ Isabel Fernández

La mitad de las frutas y hortalizas que se producen en toda la Comunidad andaluza se comercializan a través de subastas. Este tipo de centros de venta operan no sólo en la provincia almeriense, sino también en la vecina Granada, e incluso, un poco más al oeste, en Málaga. Agroponente, CASI o Agrupaejido son algunas de las existentes en Almería y que, desde luego, son un claro referente de la actividad de estos centros de comercialización. Las alhóndigas, asimismo, con el paso de los años, se han ido organizando y, en ocasiones, creando asociaciones que, poco a poco, han ido encontrando su hueco en el sector hortofrutícola.

En este sentido, y sólo en el caso de las subastas asociadas a ECOHAL en Almería, éstas supusieron durante la pasada campaña agrícola en torno al 28% de la producción total de la provincia y que ascendió a 2.881.539 toneladas. Las alhóndigas sumaron, según apuntó su presidente, Juan Enrique Vargas, recientemente, unas 800.000 toneladas que, en los mercados de destino, alcanzaron un valor superior a los 680 millones de euros. Esta última cantidad significó, aproximadamente, el 32% de los ingresos del sector hortícola almeriense durante la pasada campaña 2008/2009 - algo más de 2.115 millones de euros-.



■ Agroejido es una de las subastas más longevas de la provincia. /FHALMERÍA

Todos estos números ponen de manifiesto la importancia de las subastas en el panorama comercializador de la provincia, convirtiéndolas, de hecho, en una de las formas preferidas por los agricultores para llevar sus productos a los mercados. Esta importancia, además, continúa 'in crescendo' a raíz de la incorporación de S.A.T. Agroiris a ECOHAL. Esta comercializadora, con sus 200 millones de kilos anuales -fruto de su unión comercial con Mayba y Ejidoluz- y sus más de 150 millones de euros de facturación, contribuye sobremedida al crecimiento sostenido de las subastas.

Tanto es así que, de hecho, sumando los números de S.A.T. Agroiris, la producción de las empresas asociadas a ECOHAL podría llegar a suponer más del 34% del total provincial, o lo que es lo



■ Todas las hortalizas se presentan a la puja. /FHALMERÍA

mismo, más de un tercio de toda la producción hortícola que se comercializa desde Almería. Del mismo modo, y en lo que respecta a la facturación que llegarían

a alcanzar las alhóndigas con la incorporación de la S.A.T. ejidense, ésta ascendería a casi el 40% del total, de mantenerse, claro está, cifras similares a las de la pasada campaña agrícola.

Más de un millón de toneladas anuales se subastan a diario en Andalucía

Las subastas llegarán a controlar casi 1'3 millones de toneladas de frutas y hortalizas en Andalucía. Así se desprende de los datos aportados por ECOHAL. Y es que al casi un millón de toneladas de las alhóndigas almerienses -tras la incorporación de S.A.T. Agroiris- hay que sumarles las 230.000 toneladas de ECOHAL-Granada y las 60.000 de las subastas malagueñas, una

vez se constituya formalmente la Federación de Alhóndigas.

En total, esta Federación podría llegar a facturar unos 1.000 millones de euros y agrupará a 30 empresas (8 de Almería, 14 de Granada y 8 de Málaga). Asimismo, dará trabajo a más de 12.200 empleados. Todos estos números ponen de relieve la magnitud de la Federación, que se convertirá en uno de los pi-

lares de la comercialización hortofrutícola a nivel andaluz.

Por otro lado, y en lo que respecta a los productos que, a través de subastas, se pondrán en los mercados, las alhóndigas serán proveedores no sólo de hortalizas -todas las que se cultivan en Almería y Granada-, sin también de frutas tropicales, destacando, entre éstas últimas, el aguacate. De este modo, las subastas se presentan ante los mercados como grandes suministradores hortofrutícolas, no sólo por su cantidad, sino por la variedad de productos ofertados.

Proveedores de hortalizas, incluso, para cooperativas

■ I. F. G.

Las subastas son, en muchas ocasiones, suministradoras de hortalizas para otras empresas o cooperativas de la provincia que, por ejemplo, en tiempos de menores volúmenes de producción, acuden a ellas a surtir de género con el que abastecer a sus clientes. En muchas ocasiones, cuando las cooperativas entran en la puja, determinados productos pueden alcanzar precios desorbitados. Éste fue el caso, por ejemplo, del calabacín, que hace poco más de un mes rozaba los dos euros el kilo. El temporal había mermado seriamente la producción y las cooperativas debían seguir abasteciendo a sus clientes.

En cualquier caso, éste no es un capítulo aislado, sino que son muchos los momentos en los que otras comercializadoras acuden a las subastas para poder cumplir con sus pedidos. En estos centros saben que tienen garantizada la presencia de producto y que, si quieren que sea suyo, sólo tienen que sumarse a esta particular puja a la baja.

zada a través de las subastas y, de hecho, entre ellas se encuentra la mayor comercializadora de pepino tipo Almería. La Unión es líder indiscutible en la puesta en los distintos mercados de destino, tanto nacionales como internacionales, de este producto. Tanto es así que, sólo durante la pasada campaña 2008/2009, según indicó recientemente su gerente, Gabriel Barranco, el 33% de su producción correspondió a esta hortaliza.

Éstos son sólo dos ejemplos. Y es que las subastas surten a los distintos clientes de Almería de todas y cada una de las hortalizas que aquí se producen. Berenjena, calabacín o sandía son productos que, gracias a este particular modo de comercialización, llegan a manos de los consumidores día tras día. Por todo ello, las subastas son, a día de hoy, un modelo de comercialización de confianza no sólo para los agricultores, sino también para las propias cooperativas.

PRODUCTOS

El pimiento es, de todas las hortalizas que se cultivan en Almería, la 'estrella' en las subastas. De hecho, de las ocho comercializadoras asociadas a ECOHAL en la provincia -Agrupaejido, Agroejido, Agrupaadra, Roquevícar, Agro San Isidro, Hortofrutícola Costa de Almería, La Unión y Agroiris- son varias las que tienen en esta hortaliza su principal fuente de ingresos. Éste es el caso, por ejemplo, de S.A.T. Agroiris, pero también de Agroejido y de Agrupaejido. El pepino es, asimismo, otra de las hortalizas más comerciali-

GARANTÍAS

La certificación de calidad es el pasaporte para abrir mercados

LAS EMPRESAS SABEN DE LA IMPORTANCIA QUE SUPONE PARA LOS CLIENTES LA SEGURIDAD ALIMENTARIA EN CADA UNO DE LOS PRODUCTOS

■ Elena Sánchez

Los certificados de calidad hoy en día son una gran baza para seguir penetrando en los mercados y, sobre todo, para seguir estando presentes día a día en los países más exigentes en cuanto a calidad y seguridad alimentaria. Sin embargo, contar con un sello de calidad no es algo nuevo, ya que se viene dando desde hace varios años atrás y la tendencia ha ido en aumento. Muchas empresas están de acuerdo en que debería existir un único sello que englobara a los más demandados en la actualidad, sin embargo, esta acción aún no se ha podido desarrollar del todo. En cuanto a las alhóndigas y cooperativas, el certificado de calidad



■ Globalgap es uno de los sellos que corroboran la calidad de las hortalizas.

Globalgap, anteriormente llamado Eurepgap, es el que predomina, ya que ofrece la máxima seguridad en los productos que salen de las empresas y es un 'as' en la manga que siempre se tiene ahí para solucionar cualquier duda por

parte del consumidor. Sin embargo, otros certificados como ISO 9001, BRC, IFS o el sello de Producción Integrada también están presentes en entidades como Hortofrutícola Costa de Almería, que ofrece todas las garantías sobre el

origen y la manipulación de los alimentos respondiendo a exhaustivos controles de calidad.

Finalmente, el certificado español AENOR contribuye a mejorar la calidad y la competitividad de las empresas.

Tipificar es un valor añadido para los productos

La tipificación es un valor añadido para el producto a la hora de llevar a cabo su venta, ya que el cliente se sentirá con confianza y seguridad, con lo que está comprando y no tendrá que contrastar calidades. Desde las alhóndigas de ECO-HAL se está de acuerdo con este término, eso sí, siempre y cuando la tipificación sea para todos de obligado cumplimiento. Las subastas de la provincia siempre han clasificado a la perfección su producto, ganándose, de este modo, la confianza por parte de sus clientes en los distintos mercados de destino. Esta acción también ha sido confirmada por la Junta de Andalucía, ya que el producto entregado por el agricultor a las alhóndigas cumple los requisitos para garantizar la máxima calidad en la venta de las hortalizas.

La mejor selección para el mercado europeo

Costa de Almería S.L.

H O R T O F R U T I C O L A

Ctra. de la Mojonera, Km. 3 • Apdo. de Correos 446
04740 Roquetas de Mar • Tfno: 950 326 232

CON LA CONFIANZA DE LOS AGRICULTORES

“La administración nunca ha considerado nuestro verdadero peso dentro del sector”

CIA

-Las alhóndigas están demostrando su peso dentro del sector agrario almeriense, ¿va a reivindicar su posición?

-Las alhóndigas siempre han tenido un peso importante dentro del sector agrario almeriense, de hecho han sido, son y seguirán siendo el referente que tenemos en Almería del precio de nuestros productos. Otra cosa es lo que terceros interesados han intentado vender sobre nuestro colectivo, pero lo que está claro es que nosotros siempre hemos estado al lado de los agricultores dedicados a nuestras empresas y no le hemos dado la importancia que tiene a estar en determinados foros para que nuestra voz sea escuchada; esto ha hecho que se digan cosas de las alhóndigas que han perjudicado nuestra imagen y que sin ser correctas no ha habido nadie que las contradiga. Esto queremos que se acabe y, desde ECOHAL, que es nuestra asociación, estamos trabajando para ello.

-Han reclamado, en ocasiones, mayor atención a la Administración. ¿Han conseguido algo?

-Las distintas administraciones casi nunca han contado con nosotros cada vez que se trataba de abordar los distintos problemas que tiene el sector y que no son pocos. Es verdad que algo se ha mejorado últimamente, pero nunca se nos ha considerado de acuerdo a nuestro peso específico dentro del sector, pues somos depositarios de la confianza de muchos

agricultores de Almería y esto se olvida frecuentemente. Espero que esta situación mejore en el futuro por el bien de todos.

-¿Hasta dónde llegaría ECOHAL para conseguir una integración del sector que beneficie al productor?

-Hasta donde haga falta. Nosotros somos conscientes de que nuestro futuro va ligado al futuro de los productores, lo que ocurre es que hasta ahora sólo algunos se han apropiado, con la condescendencia de otros, de la representación de todo el sector, confundiendo intereses particulares con generales, queriendo manipular a todo el mundo, esto no lo hemos consentido y se nos ha excluido, pero siempre hemos querido estar, participar y tener peso, no estar de adorno. Siempre estamos abiertos a colaborar donde sea, pero de una manera seria y que podamos defender los intereses de la parte del sector muy importante que confía en nosotros.

-En alguna ocasión ha dicho que las alhóndigas están excesivamente vigiladas en relación a otras empresas hortofrutícolas, ¿por qué lo dice?

-Hombre, a la vista está. Hasta ahora todo lo que se ha hecho desde la Interprofesional sólo ha sido establecer medidas para las alhóndigas, yo no digo que no sean apropiadas, pero lo que sí digo es que sólo parece que es mejorable nuestro modelo que, aun siendo imperfecto, creo que es el mejor. ¿Por qué no miran lo que en realidad está perjudicando sobrema-



JUAN ENRIQUE VARGAS
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS COMERCIALIZADORES DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DE LA PROVINCIA DE ALMERÍA (ECOHAL)

nera a nuestra agricultura?, por ejemplo la dispersión de la oferta, cosa que las alhóndigas ya han abordado, la venta en consignación o la creación de un grupo de presión sobre Bruselas, que es donde se cuecen todas las decisiones agrícolas. ¿Por qué ven la paja en el ojo ajeno y no la viga en el propio?. Nosotros estamos trabajando para mejorar, pero no somos, como quieren hacer creer,

los únicos que tenemos que hacerlo.

-En la pugna por la presidencia de la Cámara de Comercio, ECOHAL ha tenido un peso específico para que la balanza se decline de la parte de Diego Martínez Cano. ¿Significa esto que la asociación vuelve a tener una posición de relevancia dentro del sector hortofrutícola almeriense?

-Como he dicho anteriormente cada vez vamos a estar en más foros para que nuestra voz sea escuchada, la Cámara es uno de ellos y queremos estar. También creemos que Diego es actualmente el mejor representante posible, creemos que con él la representación agrícola aumentará en la próxima legislatura y tendrá más peso dentro de la Cámara. Vamos a luchar por ello.



“Ojalá todas las alhóndigas de Almería estuviéramos en una misma asociación”

CIA

-La imagen de las subastas ha cambiado mucho en los últimos años...

-Los usuarios de las subastas saben lo mucho que han mejorado en los últimos años. Estamos haciendo fuertes inversiones para que los productos cada vez lleguen mejor a los mercados y puedan tener un mayor valor para el productor. Todas las su-

bastas disponemos de equipos técnicos especializados para asesorar a los agricultores, hemos incorporado modelos de envases de un solo uso, se están desarrollando proyectos para poder comercializar productos de IV y V gama y seguiremos haciendo cosas que mejoren la rentabilidad del agricultor. Lo que sí que nos queda es explicarle a los que no son usuarios todos los avances que se han he-

cho y que se están haciendo porque se habla mucho y normalmente mal por gente que piensa que las subastas son las mismas empresas que hace 25 ó 30 años y la verdad es que, en la actualidad, son empresas modernas que se han adaptado a los nuevos tiempos y que, como siempre, estarán dispuestas a seguir haciendo esfuerzos para seguir mejorando.

-¿Qué opinión le merece que

las alhóndigas de Almería estén divididas en dos asociaciones?

- No me parece lo adecuado. Espero que alguna vez se solucione el problema y podamos estar todos en la misma asociación. De todas maneras, las relaciones que existen entre nosotros son buenas y los problemas que tenemos son comunes, esta división es más producto de errores del pasado. Deseo que esto se pueda solucionar y desde luego nosotros estaríamos encantados de poder contar en nuestra asociación con todas la alhóndigas. Ojalá esto sea posible pronto.

LIQUIDACIÓN

Los agricultores cobran sus productos en apenas dos días

AÚN ASÍ, DE MEDIA, LOS PRODUCTORES ESPERAN UNA SEMANA PARA RECIBIR EL PAGO, ALGO QUE, PARA LA SUBASTA, SUPONE UN RIESGO

Isabel Fernández

Las subastas ofrecen al agricultor la forma de pago más rápida. Y es que, éstos pueden cobrar por sus productos a partir del día siguiente de haberse subastado. Ésta es, para Emilio Villegas, gerente de Agroejido, una de las principales ventajas para el agricultor junto con “el precio al minuto”. A su juicio, éstos son “dos factores que hacen que los agricultores nos elijan” y que han contribuido a que el sistema de alhóndigas se perpetúe en la provincia.

Según afirmó Villegas, “los agricultores tienen libertad para cobrar a partir del día siguiente” y explicó que, de hecho, “no tenemos un plazo mínimo defini-

En las alhóndigas no existe un plazo mínimo de cobro. / FHALMERÍA

do”. En cualquier caso, el gerente de Agroejido señaló que, por lo general, los productores suelen acudir a la alhóndiga a liquidar en un periodo de entre 6 y 7 días. El pago, en ningún caso, se hace efectivo en el momento de la venta

porque, entre otras cosas, “el proceso de facturación nos lleva un tiempo”.

Del mismo modo, y en situaciones de apuros económicos, son algunos los productores que no esperan esa semana, de media, en

Sus precios son referencia para muchos

En cualquier subasta de la provincia, cuando comienza la puja, junto a compradores y agricultores, se sitúan los comerciales de muchas otras empresas o cooperativas almerienses que asisten a la cita para ‘tantear el mercado’, es decir, para observar los precios que se alcanzan en las subastas. Estas mismas cotizaciones serán las que luego utilicen como referencia en sus transacciones.

ir a cobrar y es aquí, precisamente, donde la subasta suma enteros frente a la cooperativa. Y es que, la alhóndiga puede saldar sus deu-

das con su productor cuanto antes si éste lo necesita, mientras que, en el caso de las cooperativas, los plazos son mucho más amplios.

FINANCIACIÓN

Por otro lado, el hecho de liquidar a los agricultores casi inmediatamente trae consigo un problema para las subastas, ya que “asumimos riesgos financieros”, apuntó Villegas. En este sentido, explicó que, si bien es cierto que la subasta liquida al agricultor rápidamente, ésta tarda entre 70 y 80 días, aproximadamente, en recibir el cobro de las hortalizas vendidas. Aún así, comentó que “las comisiones que les cobramos a los agricultores incluyen parte de esos gastos de financiación”.

Pese a todo, el sistema de subastas se ha convertido en una de las formas de comercialización más firmes de la provincia, así como en el sistema elegido por un gran número de agricultores que, día a día, y libremente -incluso pueden retirar su partida de la subasta si lo creen conveniente- llevan su género a estos centros para que, desde ahí, se distribuya por todos y cada uno de los mercados tanto nacionales como internacionales que tienen en Almería su principal proveedor.

Agroejido, S.A.

Tres buenos puntos de apoyo para el agricultor.



El gran protagonista de Agroejido es el Agricultor. En la calidad de su trabajo está el secreto que ha dado prestigio a los productos comercializados en nuestra empresa. Por eso, Agroejido se esfuerza en atraer a sus subastas a los mejores agricultores de cada zona. Ofreciéndoles más y mejores servicios. Poniendo las bases para que sus productos alcancen aquí los mejores precios del mercado en origen.

La empresa dispone de un servicio de asesoramiento al agricultor, con un equipo de técnicos agrícolas que visitan periódicamente los cultivos para analizar su desarrollo y ofrecer recomendaciones de cultivo. Para ampliar sus servicios y ventajas al agricultor, Agroejido ha impulsado la creación de una SAT íntimamente ligada a la empresa, a través de la cual los productores pueden acogerse a todos los beneficios propios de este tipo de organización, sin dejar de apostar por las ventajas de la comercialización en origen.



SUBASTA
C/ La Parra s/n - 04700 EL EJIDO (Almería)
Tel. 950 489 105 - Fax 950 485 908
E-mail: agroejido@lanatural.es

SUBASTA
Ctra. de Berja, s/n - 04750 DALÍAS (Almería)
Tel. 950 494 412
Fax 950 494 462

SUBASTA
Ctra. de Almería, 38 - 04760 BERJA (Almería)
Telf. 950 491 214 - Fax 950 492 500

MERCADO NACIONAL
C/ La Parra s/n - 04700 EL EJIDO (Almería)
Tel. 950 489 105 - Fax 950 485 908

EXPORTACION
C/ La Parra s/n - 04700 EL EJIDO (Almería)
Tel. 950 489 105 - Fax 950 485 908

CAMBIOS EN LOS CRITERIOS PARA LA REPRESENTATIVIDAD

“La Junta de Andalucía mantiene una visión sesgada e interesada del sector”

■ CIA

-La Consejería de Agricultura y Pesca le otorga una importancia suprema a HORTYFRUTA. Una vez se constituya la Federación de Alhóndigas de ECOHAL y se encuentre fuera de la Interprofesional. ¿Cómo cree que lo solventarán?

-Creo que para una hipotética integración de ECOHAL en HORTYFRUTA se tienen que dar varios factores, pero nuestra premisa principal para formar parte de la misma es tener la representatividad que creemos que tenemos. Y para ello sí que creo que la Junta de Andalucía podría presionar a HORTYFRUTA, para que determinadas formas de hacer a la hora de fijación de la representatividad y posterior facturación de determinadas cantidades estuviesen claras como el agua o simplemente de acuerdo a sus propios estatutos. A día de hoy, para mí todo esto no está claro. Por otra parte, si los que forman parte de la interprofesional están a gusto me parece muy bien y les deseo lo mejor. Creo que estamos en un país libre y cada cual puede hacer lo que crea que es mejor y debe ser igual de respetable estar dentro o quedarse fuera.

-Datos en mano, ECOHAL contaría con un 40% de la comercialización. Tiene un gran peso para no contar con las alhóndigas. ¿Puede ser un error básico de la Junta de Andalu-



ALFONSO ZAMORA
GERENTE DE ECOHAL

cía dar preferencia a otros sistemas y obviar a las subastas?

-Desde ECOHAL se respeta a todas las empresas sea cual sea su forma jurídica o su forma de comercializar. Prueba de ello es que en nuestra organización hay S.A., S.L., SAT, cooperativas, unas subastan y otras no. Es cier-

to que una razón de ser muy importante de ECOHAL es defender a las empresas privadas, siempre obviadas por la Administración. Por otra parte, esa prioridad siempre se la ha dado la Junta a esos otros sistemas. No creo que sea un error, es puro interés. Saben, cómo no, de

nuestra importancia, pero nunca la Administración ha querido tener en cuenta a las empresas privadas. Creo que tienen una visión sesgada e interesada del sector. Respecto a la forma de fijar la representatividad, es decir, por facturación, no creo que sea el mejor sistema. Por ejem-

plo, si la representatividad se fijase en función de los kilos entrados de campo ese porcentaje superaría el 50%.

-¿Cómo es posible que los propios clientes de las subastas, SATs y cooperativas se manifiesten contrarios a este sistema cuando se sirven de él?

-Eso habría que preguntárselo a ellos. En realidad quienes se manifiestan en contra de las subastas no son esas SATs y cooperativas, sino los representantes de sus organizaciones.

-La marcha de ECOHAL Granada de la Interprofesional, la impugnación de las extensiones de norma y la creación de la federación son tres aspectos a tener en cuenta para conocer la postura de ECOHAL...

-Creo que la corta experiencia de ECOHAL Granada dentro de HORTYFRUTA nos ha hecho ver determinadas formas de hacer con las que no estamos de acuerdo. Como he apuntado con anterioridad, si en el propio seno de HORTYFRUTA se aclarasen determinados aspectos, ECOHAL Andalucía no tendría problemas para estar.

-¿La implantación de la lucha biológica ha beneficiado más a las alhóndigas?

-Creo que ha beneficiado a la imagen del sector en general. Es cierto que aquellos cuya afición era despotricar sobre la supuesta mala calidad del producto de subasta tengan cada vez menos argumentos.

“No es justo que se discrimine a una parte mayoritaria de los agricultores”

-¿Por qué la producción no ha tenido protagonismo en la presidencia de HORTYFRUTA?

-Eso deberían preguntárselo a ellos. Creo que es una prueba más de quién manda en la Interprofesional andaluza. Parece ser que cuando se constituyó la interprofesional se hizo un pacto de caballeros para que la presidencia rotara entre comercialización y producción y, evidentemente, alguien con mayoría suficiente no ha respetado ese su-

puesto pacto.

-Da la sensación de que Clara Aguilera, consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, sigue el guión de una parte del sector. ¿En ECOHAL lo comparten?

-En cierta medida sí, pero creo que es un error garrafal. Hay muchos miles de agricultores que confían en las empresas privadas para comercializar su producción y por algo será. No es justo que se discrimine a una parte mayo-

ritaria de los agricultores y de las empresas, que también generan puestos de trabajo y riqueza y, además, pagan más impuestos que las cooperativas.

-¿Cuál sería el estatus lógico y equilibrado de la asociación en HORTYFRUTA a juicio del gerente de ECOHAL?

-Creo que entre ECOHAL y Asociación de Alhóndigas de Andalucía deberían tener al menos el 50% de la representatividad en el colegio de comercialización.



ENVASES

La nueva caja no retornable ya está en marcha para el pimiento Lamuyo

■ CIA

Desde el mes de febrero, en las subastas asociadas a ECOHAL se ha implantado una nueva caja para todas las variedades de pimiento Lamuyo. Esta nueva caja de plástico tiene unas dimensiones de 60x40x21 cm y cuenta con una tara de 720 gramos. La principal novedad de este envase radica en que se trata de una caja no retornable, esto es, de un solo uso. Este tipo de caja tiene muchas ventajas. Por un lado, permite mejorar la limpieza de las cajas al ser siempre una nueva, por lo que mejorará considerablemente el aspecto del producto para su pública subasta. Así, también por sus propias dimensiones, facilitará al agricultor cumplir con el decreto de tipificación, al tener menos capacidad que las usadas actualmente. En esta caja caben unos 9 kg de pimiento Lamuyo colocados en dos alturas.

Ésta es la primera fase, pues la intención es que a corto-medio plazo casi todos los productos pasen a este tipo de envase. Al final del proceso



■ La ventaja es que se mejora la limpieza de las cajas.

de cambio no serán todos los productos en los que se implante este envase, sino que esta caja de un solo uso se empleará únicamente en aquellos productos que van directamente a mercado. Esto significa que no tendría demasiado sentido implantar esta caja en aquellos productos que siempre pasan por una previa confección, en la mayoría de los casos por la propia subasta en

sus almacenes de "exportación".

Al pimiento Lamuyo le seguirán, antes de final de campaña, el pimiento italiano y la judía. La nueva caja comenzó a entregarse al campo a finales de enero.

Esta medida es de aplicación en Agrupaadra, Agrupaejido, Agroejido, H. Costa de Almería, Alhóndiga La Unión, Roquevívar y Agro San Isidro.

ANÁLISIS

El futuro de las empresas pasa por el desarrollo de laboratorios propios

■ E. Sánchez

En la provincia de Almería hay muchas empresas que ya cuentan con laboratorio propio para la investigación de nuevos productos y nuevas formas que mejoren la producción día a día. Sin embargo, existen otras entidades que aún no tienen estas instalaciones y se están pensando incorporarlas en un futuro no muy lejano. En este sentido, Emilio Villegas, gerente de Agroejido, ha explicado que "nosotros no tenemos laboratorio propio pero, realmente, sería un gran alivio para nuestra actividad contar con estas instalaciones en nuestro recinto". Ahora mismo, añade, "los productos que recibimos de los agricultores los analizamos en el Centro Universitario Anilítico Municipal, CUAM, de El Ejido, donde los expertos nos dan los resultados en muy poco

tiempo y nos certifican que las hortalizas con las que trabajamos son de máxima calidad". Es cierto que el hecho de llevar a analizar la muestra a los laboratorios "eleva el coste final de la empresa en cada campaña, pero es una garantía que nos lleva a vender con confianza al resto de mercados de destino. Hay situaciones en las que tenemos mucho género y hay que enviar las muestras a varios laboratorios como SiCA AgriQ".

Con ello, el motivo por el que debería haber un laboratorio en cada entidad es porque los tiempos de resultado serían más rápidos, los costes menores y el producto no tendría que salir de las propias instalaciones en las que finalmente se vende. Cada vez son más las empresas agrícolas que cuentan con un laboratorio y, sin duda, es el futuro para seguir mejorando.

AE AGRUPAEJIDO

Sólo lo mejor es bueno



POR UNOS INTERESES COMUNES

“Está haciendo falta que el sector hortofrutícola tenga una única voz”

EL GERENTE DE AGRUPORTÍCOLA DICE QUE LA UNIÓN DE SU ZONA COMIENZA A EXTENDERSE POR LA PROVINCIA DE ALMERÍA

■ José Esteban Ruiz

-Con la Federación de alhóndigas de ECOHAL ganarán peso en el contexto de Andalucía. ¿Será suficiente para que la Administración andaluza cambie de actitud y sea más condescendiente con este sistema de venta de frutas y hortalizas?

-Esa es la idea. Generar un peso y un volumen específico suficiente como para que la Administración regional empiece a pensar un poco en nosotros. Salvo en contadas ocasiones, hemos sido 'los malos de esta película' y todas las bendiciones se han dirigido a otro sistema de comercialización como es el mundo de las cooperativas, por cierto, muy respetable. Nosotros representamos aproximadamente el 50% del volumen de frutas y hortalizas que se comercializan en este sector y debemos de tener el peso que nos corresponde y contar con una voz dentro de los órganos de decisión. Esa es

JOSÉ MUÑOZ
PRESIDENTE DE ECOHAL
GRANADA

nuestra ilusión y objetivo.

-ECOHAL fuera de HORTY-FRUTA y las subastas unidas en esa federación, ¿Qué cree que pasará ahora en ese interlocutor oficial nombrado por la Junta de Andalucía que carece de gran parte de la comercialización?

-Bien, nosotros estuvimos dentro de la Interprofesional. Tuvimos que salir por motivos ajenos a nuestra voluntad, pero no quiere decir que no reconozcamos que es una herramienta magnífica para representar al sector, de hecho, nunca he cerrado una puerta porque en la organización hay gente que tienen buenas ideas e iniciativas y, también, grandes profesionales que están gestionando esa Interprofesional. Esperamos que en un futuro se den las circunstancias adecuadas para que estemos dentro. En realidad, existen algunas diferencias, pero son pocas. En definitiva, se trata de ceder en algunos puntos concretos para que el sector pueda contar con una gran organización que represente a todos. En estos momentos está haciendo falta que el sector



LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA

“Tenemos que dejar de mirarnos el ombligo”

■ J. E. R.

-¿Es posible un acuerdo de todos los alhondiguistas en momentos de crisis?

-Si tuviera que contestar a esta pregunta hace cinco años, diría que sería muy difícil. Ahora, como la necesidad obliga, estoy convencido de que es más fácil. Lo que tenemos que procurar es como mínimo no negarnos la oportunidad de comunicarnos. Del diálogo siempre pueden surgir soluciones. Ser capaces de comunicarnos, los que estamos dentro y los que no, debe ser un gran reto a lograr.

-¿Qué opina de que en una misma provincia haya varias asociaciones de alhóndigas?

-Son situaciones que se han ge-

nerado con el paso del tiempo. Hace poco un agricultor me preguntaba: ¿Cómo es posible que después de treinta años los que dirigís de alguna manera la agricultura hayáis dado lugar a situaciones cercanas a la quiebra y desaparición del sector? Sencillamente, hemos dado lugar a esta situación porque nos hemos equivocado, precisamente por estar divididos en varias asociaciones y, a su vez, por estar enfrentados dentro de una misma organización o asociación. A partir de ahora, debemos evitar estas situaciones que no benefician nada. Hay que dejar de mirarnos el ombligo pensando en lo importantes que somos y convencernos de una vez por todas.

hortofrutícola tenga una voz única.

-Aunque el sector de Almería y Granada guardan ciertas semejanzas, da la impresión de que los granadinos están más unidos. ¿Cree que están muy politizadas las acciones de las comercializadoras de Almería?

-En Granada se respira unidad. Esta unión es el fruto del esfuerzo de una serie de personas y que ha servido, en un momento dado, para que desde Almería se comience a tomar como ejemplo. Pero, bueno, parece ser que sí, que las actuaciones en la provincia de Almería están bastante politizadas, y esto, siempre lleva consigo problemas. De alguna manera, el hecho de que en Almería se haya contado con un gerente de Granada, e incluso, que se esté proponiendo que el futuro presidente de la federación sea también de la zona granadina, nos satisface y nos responsabiliza. Hay que continuar trabajando para acercarnos a otros sectores y organizaciones e ir dejando al margen la politización de nuestras actuaciones, porque no aporta beneficios al sector

que nos ocupa, o al menos, hasta ahora no ha aportado excesivas ventajas y sí demasiados inconvenientes.

-¿Cuál es la clave de esa unión manifiesta entre las comercializadoras de la provincia de Granada?

-Sobre todo la buena voluntad. Llegó el momento de apartar nuestras diferencias. Decidimos coger un camino común, cada uno con sus particularidades, pero en definitiva, teniendo claro que, al final, todos vamos al mismo lugar. El enfrentamiento no nos beneficia y trabajando unidos podemos alcanzar metas más lejanas. Desde el primer momento se ha palpado la voluntad del sector y hemos conseguido llegar a acuerdos a través del consenso que ha mejorado nuestra posición e imagen. Hace diez años la visión que se tenía de las subastas granadinas no era la mejor y que no se correspondía con la realidad. Ahora podemos decir que hemos experimentado un gran cambio y mantenemos una buena imagen. Hemos conseguido mucho, pero nos queda aun mucho camino por recorrer.

-¿Qué postura defenderá ante las distintas administraciones la federación una vez constituida?

-Los administrados siempre debemos ponernos a disposición de la Administración. Partiendo de esto, exigirles que colaboren con nosotros. En definitiva, mantener una relación y ponernos a disposición del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, si procede, defendiendo lo que consideramos justo y razonable para nosotros, y por supuesto, para muchísimos agricultores que representamos y que depositan su confianza en nosotros. Este es el principal motivo para constituir la federación porque desgraciadamente, cuando paseas por el campo ves, cada día que pasa, más fincas abandonadas, bien por la falta de rentabilidad, bien por la falta de un relevo generacional. Los hijos de agricultores contemplan un futuro incierto y optan por otras actividades económicas. Por ello, hay que buscar la rentabilidad del agricultor que se ve obligado a abandonar su actividad.

ALMERÍA, GRANADA Y MÁLAGA

La Federación de ECOHAL canalizará más de 1,3 millones de toneladas

ABIERTA A CUALQUIER NUEVA INCORPORACIÓN, YA SE HAN PRESENTADO LOS ESTATUTOS QUE AGRUPARÁN A TREINTA COMERCIALIZADORAS

■ José Esteban Ruiz

La Federación de Alhóndigas de ECOHAL está en proceso de constitución, un trámite que "muy pronto se hará realidad", como aseguran en las asociaciones almeriense y granadina. En un principio se planteó una integración asociativa entre Almería y Granada únicamente, pero "desde la Junta se han puesto obstáculos para que se pudiera llevar a cabo de tal forma", apunta José Muñoz, presidente de ECOHAL Granada. Por ello, Han decidido brindar a la Asociación de Alhóndigas de Málaga.

Entre las tres asociaciones empresariales, acumulan un volumen de producción superior a 1,3 mi-



■ En las alhóndigas de Almería, Granada y Málaga, confían casi 20.000 agricultores. / FHALMERIA

llones de toneladas y una facturación anual cercana a los 1.100 millones de euros. La federación estaría integrada por las 30 em-

presas asociadas en las tres provincias y agruparía a casi 20.000 agricultores, generando más de 12.000 puestos de trabajo. Sin

duda, la creación de esta federación adquiere una importante dimensión, representada por una única voz, con la que se elevarán

como referente de las subastas en el contexto andaluz.

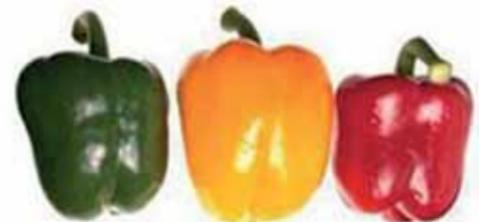
Actualmente, ya se han presentado los estatutos de la federación y se encuentran en proceso de legalización. Una vez en marcha, asegura el presidente de la asociación granadina, "se integrará quién manifieste su voluntad real. De hecho, dentro de una asociación de subastas hay una incorporación de una Sociedad de Transformación, lo que es muy positivo, e implica un precedente, una nueva vía para todas aquellas comercializadoras que manifiesten su deseo de integrarse con nosotros. Lo importante es tener dimensión, peso específico y que nuestra voz se escuche".

REFERENTE NACIONAL

Pero estas empresas hortofrutícolas pretenden ir más allá, traspasar las fronteras de Andalucía y acoger en su seno a comercializadoras de otras comunidades. Con esta intención, José Muñoz hace referencia a la Región de Murcia, "también allí existe ECOHAL y nos gustaría que estuviera con nosotros". Representan un gran volumen de comercialización que "creo que nos situaría como la primera asociación nacional del sector de las frutas y hortalizas".



Nos preocupamos por ti,
agricultor



¿Por qué La Unión?

Porque para nosotros, agricultor, tú eres la pieza clave



CONTÁCTENOS
950 580 800

info@alhondigalaunion.es

COMERCIALIZACIÓN

Las subastas de frutas y hortalizas son fundamentales para el campo almeriense



■ Interior de Agrupaadra. / FHALMERÍA

ALHÓNDIGAS, COMO ES EL CASO DE AGROEJIDO, SE HAN GANADO, POR MÉRITOS PROPIOS, EL RESPETO DE LOS PRODUCTORES LOCALES

■ Rafa Villegas

Si bien todos los formatos de comercialización son perfectamente válidos y necesarios para el campo almeriense, hay uno que destaca en la provincia por ser el más tradicional y aquel que, además, es toda una referencia a la hora de la fijación de los precios de los productos hortofrutícolas por parte de las cooperativas. Se trata, como no podía ser de otra manera, de las alhóndigas o subastas.

ALHÓNDIGAS

Las primeras alhóndigas de la provincia de Almería se crearon en la comarca del Poniente almeriense, más concretamente en el municipio de El Ejido, cuando aún éste dependía de la población de Dalías. Una de las más antiguas es, sin lugar a dudas, Agroejido, también conocida como la alhóndiga 'de los

compradores'. Su director gerente, Emilio Villegas, que lleva toda una vida dedicado a este sector, conoce a la perfección las necesidades de los agricultores y ha sabido adaptar la alhóndiga a los nuevos tiempos. Agroejido dispone de un total de tres centros de subastas y cuenta con el certificado de calidad Global Gap.

El principal producto que trabajan en Agroejido es el pimiento, la estrella del campo ejidense, en todas sus variedades más demandadas. En esta hortaliza sólo reciben producto procedente de cultivos en los que se controlan las plagas mediante la lucha integrada.

No son pocos los agricultores que llevan sus géneros a Agroejido, así como personas interesadas en conocer el devenir diario de los precios a los que cotizan los productos hortofrutícolas en el campo, que los consultan en la página web de la alhóndiga, www.agroejido.com, donde tienen un apartado en el que publican diariamente los precios. Además, ofrecen el histórico de las pizarras, no sólo de El Ejido, sino también de sus centros de Dalías y Berja.

También en el municipio de El Ejido cabe destacar el trabajo que realiza la alhóndiga La Unión, actualmente dirigida por Gabriel Barranco hijo. La necesidad de innovar la tienen muy presente en la empresa. Es por eso que, como han explicado, van a realizar una firme apuesta tanto por la IV como por la V gama.

La Unión prevé poder comenzar a comercializar productos de V gama a partir del próximo mes de septiembre. Entre los productos elegidos para su transformación destacan el pimiento, el pepino y el calabacín. Con ello pretenden sacarle un valor añadido a los productos hortofrutícolas de sus agricultores y que éstos últimos puedan aumentar su rentabilidad.

El producto más comercializado por La Unión es el pepino, que en la campaña pasada, según datos de la empresa, representó el 33 por ciento del total, seguido por el 16 por ciento que se logró en calabacín.

A tan sólo unos veinte kilómetros de distancia de la ejidense La Unión se encuentra la que es, sin lugar a dudas, la alhóndiga referente para todo el



■ Fachada de La Unión. / FHALMERÍA

campo abderitano. Se trata, en concreto, de Agrupaadra.

Dos son los productos que destacan especialmente sobre los demás para esta empresa abderitana, como son el pimiento lamuyo, del que pueden comercializar alrededor de los 20 millones de kilogramos anuales, así como, ya en la campaña de primavera, la sandía sin pepitas Fashion. Todo el lamuyo que comercializan se cultiva con lucha integrada, mientras que todas

sus sandías Fashion son injertadas.

Ya en la localidad de Roquetas de Mar, cuando se habla de empresas comercializadoras hay que citar a Hortofrutícola Costa de Almería, centro que nació de la unión de un total de diez empresarios de la subasta en el año 1996.

El presidente de Hortofrutícola Costa de Almería, Juan Enrique Vargas, es, a su vez, el actual presidente de ECOHAL,

COMERCIALIZACIÓN

una asociación que no deja de ganar importancia y que está siendo la voz de las alhóndigas en el conjunto del sector horto-frutícola almeriense.

También es destacable la labor de otra alhóndiga del Poniente almeriense, como es el caso de Roquevícar, que ha sabido adaptarse a cada momento de la campaña dedicando especial atención, según la fecha, a uno de los tres productos horto-frutícolas que llevan sus agricultores, como son el pepino, los pimientos tipo California y el melón. Lógicamente, toda su producción cuenta con el imprescindible certificado de cali-

dad Global Gap, el antiguo Eurep Gap.

Ya en el término municipal de Níjar se encuentra Agro San Isidro, una empresa que fue fundada allá por el año 1987 y en la que confían diariamente unos 5.000 agricultores de la zona, aproximadamente. Pese a estar ubicada en la localidad nijareña de Campohermoso, su producto estrella no es el tomate sino el calabacín.

En cuanto al volumen de producción, Agro San Isidro la cifra en torno a los 50 millones de kilogramos, siendo el porcentaje de clientes, en su gran mayoría, procedentes del territorio es-

pañol, aunque, como han explicado, también trabajan con clientes de países de la Europa del Este, así como del Mediterráneo, en este caso principalmente de Italia, Francia y Alemania.

Para los agricultores que prefieren comercializar sus frutas y hortalizas a través de las subastas de las alhóndigas antes que a través de una cooperativa agrícola, sin lugar a dudas una de las cosas que más les gusta es que cada día saben cuánto van a percibir por sus productos y no tienen que esperar como les ocurre a los que confían sus producciones a las cooperativas.



Interior de la nave de la alhóndiga Agrojido. / FHALMERÍA

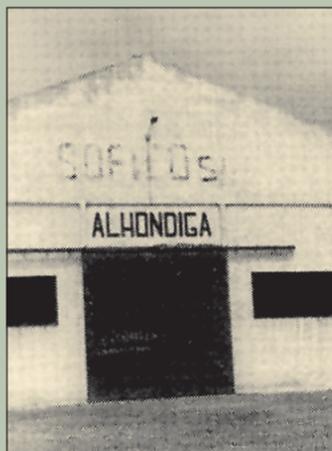
Todo comenzó en la costa granadina

El modelo de alhóndiga nació entre los años 1915 y 1920 en la costa granadina, en el límite entre las provincias de Almería y Granada. Posteriormente surgieron otras en la zona, como la que fundó la familia Zamora en El Pozuelo, o la que puso en

marcha Rosendo Galdeano en 1940.

Posteriormente, el movimiento de las corridas se trasladó, alrededor de los años '40, a los municipios de Roquetas de Mar y de El Ejido (cuando aún pertenecía a la población de Dalías). También nacieron en esas fechas las primeras alhóndigas en la zona costera granadina de Carchuna.

Los modelos más parecidos a las alhóndigas actuales surgieron a partir de los años '70.



Alhóndiga antigua. / FHALMERÍA



Con Agrupaadra acertarás...



Con el Campo no se Juega

ie
2010-02-01

Si certificas tu producción, apuestas por la lucha integrada, utilizas fitosanitarios autorizados y sigues las instrucciones, estarás asegurando tu futuro. Colabora con una agricultura sostenible, sana y respetuosa con el medio ambiente.



*con las buenas
prácticas agrícolas*

Noticias

AYUDAS

La consejera anuncia para la primavera un plan de modernización de los invernaderos

CLARA AGUILERA ESTÁ ULTIMANDO EL MODELO DE ESTRUCTURA MÁS COMPETITIVO PARA SER LA REFERENCIA DE LA REESTRUCTURACIÓN

■ José Esteban Ruiz

La búsqueda de unas estructuras de invernaderos que hagan más rentable el cultivo de frutas y hortalizas en Andalucía, pero más concretamente en la Costa granadina y Almería, fue el motivo principal de la última visita de Clara Aguilera, consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, a la Estación Experimental 'Las Palmerillas' de la Fundación Cajamar. Allí pudo comprobar cómo los sistemas energéticos utilizados y las características específicas de las estructuras, están arrojando unos resultados positivos, en relación al objetivo, perseguido y anunciado por la consejera en reiteradas ocasiones, de aumentar la productividad de los invernaderos con el apoyo de la Administración. En definitiva, la puesta en marcha de un plan de reestructuración de las explotaciones invernadas.

Desde la Fundación Cajamar, los investigadores detallaron el desarrollo del cultivo en cada uno de los tipos de estructuras. A la consejera, le resultó "interesante" para el plan una estructura, no demasiado costosa, que permite la ventilación y entrada de luz adecuada para aumentar la productividad. En este invernadero se podría llegar a los 25 kilogramos por metro cuadrado. En estos momentos, han llegado a producir 17 kilogramos de tomate por metro cuadrado, mientras que el volumen medio general en los invernaderos de la provincia puede rondar los 12 kilogramos. Estas estructuras, según anunció la consejera, "no conllevarían costes elevados".

La conclusión más importante que obtuvo Aguilera es que "debemos continuar trabajando para determinar el futuro de las explotaciones, y por eso el trabajo que realiza Cajamar es impagable, que junto con las institucio-



■ Clara Aguilera contempla el cultivo que se desarrolla bajo una de las estructuras invernadas de la Estación Experimental. / FHALMERÍA



■ En 'Las Palmerillas', los expertos mostraron el equipamiento de los invernaderos. / FHALMERÍA

nes hay que seguir profundizando en este aspecto". Para la consejera es crucial continuar "apostando por los procesos de investigación para conseguir dos objetivos primordiales: disminuir los costes de producción y encontrar una mayor productividad de nuestras producciones para eliminar esos picos que tienen las producciones en invernadero en la provincia de Almería, fundamentalmente por la diferencia de tem-

peraturas. Si fuésemos capaces de dar con una estructura capaz de reducir esa diferencia en la temperatura que todos conocemos y que reduce la productividad, podríamos ser más competitivos". Sin duda es algo, reiteró Aguilera, "en lo que vamos a trabajar en un futuro, cuando publiquemos la nueva línea para apoyar las estructuras de invernadero, especialmente en la provincia de Almería, pero también en el resto de

Andalucía. Tendremos muy en cuenta los proyectos de investigación que llevan a cabo estas instituciones".

La intención, según manifestó Clara Aguilera, es publicar la nueva orden de ayudas a las estructuras de invernadero para la próxima primavera. Es un plan de reestructuración específico para invernaderos cofinanciado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino y las con-

sejerías de Agricultura y Pesca e Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía. En estos momentos "estamos determinando las necesidades del sector y las líneas que debemos atender, teniendo en cuenta que presenten novedades respecto al Plan de Modernización de Explotaciones Agrarias que habitualmente es un apoyo que ofrecemos desde la Consejería de Agricultura". Por tanto, "estamos hablando del diseño de las estructuras de futuro para los próximos 10 ó 15 años".

Las condiciones para poder beneficiarse de estas ayudas específicas planteadas por la Región de Murcia distan de las necesidades que registra la provincia de Almería. Según Aguilera, "las demandas de Murcia son diferentes a las que nos interesan a nosotros. Su superficie media por producto es más alta que en Almería o Granada. Seguramente, la superficie media en Andalucía debería subir algo, pero intentaremos adecuarla para que el mayor número de agricultores pueda acogerse a las ayudas". En estos momentos, estudian el horizonte de rentabilidad adecuado para obtener esa productividad.

NUEVO PLAN ESTRATÉGICO

Agrupaejido refuerza su “liderazgo” para llegar a cubrir nuevos mercados

LA EMPRESA BARAJA LA POSIBILIDAD DE CERRAR UNA OPERACIÓN QUE POSIBILITE LA LLEGADA DE PRODUCTO HASTA TIERRAS BRASILEÑAS

■ José Esteban Ruiz

Agrupaejido ha puesto en marcha su nuevo plan estratégico con el que pretende reforzar su posición actual en el mercado nacional e iniciar un proceso de internacionalización para llegar a cubrir nuevos mercados con sus productos. Para incrementar el éxito, recientemente Agrupaejido reforzaba sus órganos directivos con la nueva incorporación de Ricardo García como nuevo director general del Grupo Agrupaejido. El Consejo de Administración de Agrupaejido, S.A., presidido por Cecilio Guillén, llevaba cabo esta reestructuración en el equipo de dirección de la compañía. La presidencia, informan desde el grupo, sigue como hasta ahora recayendo en Cecilio Guillén, pero se crea una nueva cúpula de directivos con poder ejecutivo. Francisco Juárez Noguerol se mantiene como consejero delegado, José García Fuentes pasa a ser viceconsejero delegado y Ricardo García Lorenzo ocupa el puesto de director general. “El poder ejecutivo del grupo se apoya sobre estos tres pilares básicos, apoyados por un Comité Asesor”.

Agrupaejido, explican, “mantiene presencia en diferentes sectores de la agricultura, fabricación de abonos y fertilizantes, vinos, cosmética y perfumes, investigación, laboratorios, medios de comunicación, tecnología del agua y otros, con presencia fundamentalmente en España, pero también en Méjico y Estados Unidos, así como otros países europeos, y quiere apostar fuerte por el sector que le dio origen y que continúa siendo su valor fundamental: la agricultura y los agricultores, auténtico motor del corazón de Agrupaejido”.

PERFIL

El nuevo director general, Ricardo García, es doctor en Economía Financiera y posee programas de alta dirección en la Chicago University, London Business School e IESE. MBA por la Universidad de Ohio (EE.UU.),



■ Miembros de la directiva de Agrupaejido junto al secretario de Estado de Brasil. / FHALMERIA

siendo Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, además de Licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras. Su nuevo cargo “lo desempeñará compaginándolo con su labor docente, pues es Profesor Titular de ESIC en los Programas Master y Executive Education, así como profesor y conferenciante de varias instituciones públicas y privadas, tanto nacionales como internacionales”. Ricardo García forma parte de varios consejos de administración de empresas de primer nivel como el Grupo Assyce, especializada en el campo de las Energías Renovables. Su formación en el ámbito financiero y su visión de empresa, le han llevado por diversas compañías como Arthur Andersen, Grupo Asesla, Grupo VC y Option & Future Capital, en todas ellas como responsable financiero. Últimamente ha ejercido como socio director de la Consultora Sinergi Group.

BRASIL

El sector hortofrutícola está notando cada vez más el deterioro de la economía y las empresas deben buscar alternativas a las opciones que, en muchos supuestos, se han perdido, y en otros, no hacen rentable un negocio que

cada vez cuenta con más competidores. Así, Agupaejido está poniendo en práctica su apuesta por los proyectos de internacionalización. Recientemente, directivos de la empresa almeriense mantuvieron un encuentro que se desarrolló en las provincias de Almería y Granada, con Francisco de Paula Segundo, secretario de Estado de Brasil, en el que se avanzó en las negociaciones establecidas con fines comerciales.

En este primer contacto, informan desde la comercializadora almeriense, “se han podido establecer criterios de aproximación para un modelo de relaciones comerciales que podría adquirir formato de ‘Joint-venture’ -una participación empresarial al 50 por ciento- y, a través de las infraestructuras de Agrupaejido, los agricultores de Almería podrán tener una eficaz vía comercial con el importante mercado de Brasil”. Concretamente, el destino de las frutas y hortalizas que comercializa Agrupaejido estaría situado en el Estado brasileño de Río Grande Norte.

Por tanto, el país carioca abre una nueva puerta para esta empresa, que a falta de que concluyan las negociaciones, sus responsables han mostrado su optimismo al respecto. Según afirman, el secretario de Estado brasileño “reconoció estar muy interesado por esta iniciativa”. Sobre la empresa, “Francisco de Paula piensa que la posición de liderazgo de Agrupaejido es fundamental para el éxito de las futuras relaciones comerciales, que sin duda, beneficiarían a ambos países transoceánicos”.

En este primer encuentro, en el que se sentaron las bases de una futura relación comercial, la agricultura intensiva almeriense obtuvo un gran protagonismo. Así, destacaron el importante papel de la investigación, desarrollo e innovación. A colación, apuntan que se valoró la trayectoria y experiencia acumulada en esta materia por la empresa. “Este potencial ha sido determinante para que se puedan abrir nuevos canales de comercialización de los productos almerienses en el mercado brasileño”, confirman, tras lo que añaden que “la calidad y fiabilidad de la producción agrícola almeriense protagonizada por nuestros agricultores, junto a la profesionalidad en la comercialización de Agrupaejido, son la clave para la apertura de nuevas fronteras internacionales. Y muestra de ello es esta iniciativa emprendida”.

Hasta que no se cierre la negociación, desde Agrupaejido prefieren omitir más detalles sobre la operación comercial.



■ Staff directivo de Agrupaejido. / FHALMERIA

“Apoyo a los agricultores y optimización de la venta”

El nuevo director general de Agrupaejido ha manifestado que las líneas básicas del nuevo plan estratégico serán, entre otras, “aumentar el apoyo a los agricultores de la provincia, base esencial de Agrupaejido, lo que les permitirá ser más rentables en sus cultivos, y optimizar, de esta manera, los pro-

cesos de comercialización, para ser más competitivos que otras zonas productivas, aumentando la cuota de mercado de Agrupaejido, tanto en el mercado nacional como internacional”. Este Plan forma parte de una reestructuración global de la compañía para aportar mayor valor al tejido empresarial andaluz.



Del Poniente a Berlín

Los calabacines de Juan están triunfando en Berlín y eso que él no tiene ni idea de comercialización, de alemán y mucho menos de estrategias de marketing. De eso se ocupa la Diputación que promociona los productos de los emprendedores almerienses para que Juan se dedique a lo suyo, a sus cultivos.



DIPUTACIÓN DE ALMERÍA

* El área de Fomento de la Diputación Provincial de Almería invierte alrededor de 350.000 euros al año en el desarrollo de acciones para la promoción de los productos agroalimentarios almerienses por todo el mundo.

Almería crece con su gente

RAMIFICACIONES

Anecoop establece una línea directa de comercialización con Rusia a través de su filial Agrikoop

LA COOPERATIVA DE SEGUNDO GRADO EXPORTA ENTRE 6.000 Y 7.000 TONELADAS DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS A RUSIA

■ Rafa Villegas

Anecoop continúa aumentando sus ramificaciones por todo el mundo con el objetivo de incrementar su influencia en los mercados de destino de las distintas frutas y hortalizas que comercializan. Así, uno de los últimos ejemplos de esta continuada internacionalización se puede encontrar en Moscú. Y es que la cooperativa de segundo grado puso en funciona-



■ La sede de la filial está en el famoso Yauza Tower.

miento a finales de la pasada campaña 2008/2009 su filial en Rusia, Agrikoop. Con este paso pretenden, como han explicado, “establecer una línea de comercialización directa con el mercado ruso”.

El objetivo de Agrikoop a medio y largo plazo es el mismo que cumplen el resto de las filiales ya consolidadas de Anecoop en Europa -Anecoop France, Anecoop Praha y Anecoop Polska- : mejorar el posicionamiento comercial de Anecoop en el país de implantación.

Además, para el director comercial de Anecoop, Francisco Borrás, “la filial permitirá, asimismo, mejorar nuestros mecanismos de exportación a Rusia”.

Según las cifras oficiales de la comercializadora española, en la actualidad Anecoop exporta un volumen total que oscila entre las 6.000 y las 7.000 toneladas de frutas y hortalizas frescas a Rusia, especialmente kaki persimon, hortalizas y cítricos. Tras la apertura Agrikoop, uno de sus principales objetivos será ampliar esta cuota de mercado.

EN FRUIT LOGISTICA

La participación, por vez primera, de Agrikoop en la última edición de Fruit Logística, en Berlín, les ha servido, como han informado, “de punto de encuentro entre los socios que lo integran, lo que ha permitido formalizar la aprobación de un plan de actuación que ayude a dirigir el trabajo que se ha de desarrollar desde la filial”.

Del mismo modo, como no podía ser de otra manera, Messe Berlín ha servido de escenario para presentar la nueva filial a los clientes de países limítrofes en los que Agrikoop podría abrirse mercado en un futuro.

INNOVADORES

Syngenta estudia las reacciones de los consumidores al probar sus productos

PARA LA EMPRESA ES ESENCIAL CONOCER QUÉ DEMANDAN LOS CLIENTES, ASÍ COMO LOS AGRICULTORES PARA SATISFACERLES

■ Rafa Villegas

Desde la empresa Syngenta están más que concienciados con la necesidad de ofrecer semillas de frutas y hortalizas que agraden al consumidor. Así, con la pretensión de saber qué quieren exactamente los consumidores de producto fresco, su experta en Consumidores, Elena Ozeritskaya, ha diseñado un modelo para estar en permanente contacto con un grupo de consumidores con distintos perfiles, desde amas de casa hasta estudiantes, pasando por profesionales liberales o incluso científicos, para entender la respuesta que tanto variedades comerciales como en experimentación provocan en los mismos.

La idea se gestó en 2008 con este proyecto que aglutina a más de 200 consumidores repartidos en países tan diversos como Reino Unido, Alemania e Italia. Su



■ Degustación en el stand de Syngenta en Fruit Logística. / FHALMERÍA

funcionamiento es sencillo. Concretamente, como han explicado desde Syngenta, “se trata de enviar periódicamente a los domicilios de los consumidores una se-

rie de productos, desde tomates hasta coliflores, para que ellos experimenten con ellos todo tipo de recetas. Una vez testados, los consumidores ingresan sus comen-

tarios y preguntas en un sitio Web especialmente diseñado para facilitar la discusión y el intercambio de información”. Unos datos que son muy útiles para Syngenta, ya que de las inquietudes de los consumidores nacen pautas que marcan las líneas de investigación de la empresa. Lo importante es, como han explicado desde Syngenta, “cubrir las expectativas de los consumidores en lo que se refiere a valores nutricionales, aspecto de la fruta o sabor”.

Syngenta no quiso desaprovechar la oportunidad de presentar esta herramienta en la pasada edición de Fruit Logística, donde Ozeritskaya propuso diferentes degustaciones en directo mientras exponía algunos de los resultados obtenidos con el trabajo realizado en los últimos dos años.

Entre las variedades que degustaron destacan, en tomate, el Kumato®, el Arawak o el Angelle, además de ensaladas como la Bellagio®. Obviamente, los comentarios de los consumidores fueron analizados, ya que es de este modo que se logra entender qué es lo que demandan.

Como han explicado desde Syngenta, “una parte importante del análisis que se genera va dirigido a la realización de una segmentación de consumidores, desde lo que se consideran aprendices de chef, otros que se otorgan la etiqueta de innovadores o aquellos para los que lo importante es vivir una experiencia inolvidable tras haber degustado un plato”. Para la empresa, la cadena de negocio se extiende desde el productor hasta el consumidor y para ellos es “tan importante la segmentación de unos como de otros”, ya que con ella pueden dedicar su esfuerzo y compromiso para el desarrollo de variedades que encajen a la perfección con los deseos presentes y futuros de los consumidores.

Tras el esfuerzo inicial de coordinación logística en los envíos, además del desarrollo de la herramienta informática para la interacción con los consumidores, Syngenta pretende incrementar el número de colaboradores adscritos a la iniciativa, además de lanzar un modelo en otros países de la Unión Europea. Así, como han explicado desde la empresa, “lo que comenzó hace unos años como un proyecto más se ha tornado en una herramienta fundamental que Syngenta quiere usar con la pretensión de dar a sus variedades un valor añadido que nos hagan distintos de nuestros competidores y que satisfagan a los consumidores más exigentes”.

i + D

CIFRAS

IFAPA aumenta su presupuesto un 5% para más investigaciones

■ E. S. G.

El Instituto de Investigación y de Formación Agraria y Pesquera (IFAPA) ha incrementado un 5% el presupuesto destinado a labores de investigación, tal y como ha puesto de manifiesto su presidente, Francisco Javier de las Nieves. En este sentido con el presupuesto 2010, el IFAPA aspira a incrementar su capacidad tecnológica y de actuación para cumplir con su vocación de servicio público, que es su objetivo fundamental. Así, este organismo de investigación que depende de la Consejería de Agricultura y Pesca aprovechará el presente ejercicio para orientar aún más si cabe sus proyectos de investigación a las demandas reales de los sectores empresariales y productivos,



■ Laboratorios. / FHALMERIA

de forma que se garantice una transferencia práctica y útil del conocimiento.

Entre las líneas de investigación a desarrollar durante 2010 cabe destacar el proyecto dedicado al

estudio en profundidad de la 'seca' de la encina, al que se destinarán más de 500.000 euros con cargo a fondos propios de IFAPA.

Con dicho proyecto se pretende obtener un conocimiento exhaustivo sobre esta enfermedad especialmente dañina para la dehesa. Esta investigación estará coordinada por el centro IFAPA de Hinojosa del Duque (Córdoba), y contará con la participación de los centros IFAPA de Alameda del Obispo (Córdoba), Camino de Purchil (Granada) y Las Torres-Tomejil (Sevilla).

El estudio sobre las enfermedades relacionadas con la dehesa se complementará con otros cuatro proyectos, en colaboración con diferentes organismos públicos de investigación, que se iniciarán en 2010.

LABORATORIO PIONERO

Savia obtiene los sellos de calidad y medio ambiente ISO 9001 e ISO 14001

■ E. S. G.

La spin off creada de la Universidad de Almería, Savia Biotech, se ha convertido en el primer laboratorio pionero en su alcance de obtener el sello de calidad ISO 9001 y el sello de medio ambiente ISO 14001. Así, desde la entidad han dado a conocer que este reconocimiento, que valora la instalación de un moderno sistema de gestión ERP, supone un salto de calidad de la empresa, pues se redefinen los procesos y actividades que se llevan a cabo en todas sus áreas, con repercusión en sus clientes, desde la entrada de nuevas

empresas hasta la recogida de las muestras. En este sentido, para Savia Biotech, los certificados significan el principio de una serie de "mejoras sistemáticas de trabajo que se han puesto en marcha y que seguirán avanzando", según afirma Manuel Martínez, director de BMC Innova, empresa consultora de Savia Biotech. De hecho la spin off dirigida por Carmen Cardila ha obtenido el sello sin ninguna "no conformidad" merced a la concienciación de los empleados, quienes llevan a cabo sus tareas mediante el sistema ERP, que garantiza la trazabilidad de los procesos.



SERVICIO, CONTINUIDAD,
RELACIÓN CALIDAD-PRECIO

pimiento



pepino



calabacín



melón



sandía



berenjena



tomate



ANECOOP

PLATAFORMA

Estudian incorporar las tecnologías al aceite de oliva

E. S. G.

La Plataforma Tecno-Ambiental del sector agroalimentario en el Mediterráneo ha iniciado un estudio con el que se pretende incorporar las tecnologías y las buenas prácticas ambientales al sector del aceite de oliva en Andalucía, según ha dado a conocer el Instituto Andaluz de Tecnología. En este sentido, para lograr apoyar a las empresas del sector oleícola en esta acción, la Plataforma ha puesto en marcha el grupo de trabajo del sector del aceite de oliva en Andalucía, donde se desarrollarán actividades como elaborar un catálogo de tecnologías ambientales y buenas prácticas de gestión ambiental aplicables a este sector, así como realizar evaluaciones y planes de acción para la implementación de tecnologías ambientales y buenas acciones en el entorno natural. Este proyecto se encuadra en el programa europeo MED de cooperación territorial.

PHILOSEED

Obtienen nuevas variedades de tomate con mayor sabor, durabilidad, color y brillo

SE TRATA DE CUATRO TIPOS 'PINTÓN' Y UNA VARIEDAD TIPO CHERRY RAMA DE COLOR NARANJA QUE GUSTARÁ AL CONSUMIDOR FINAL

Elena Sánchez

La empresa Philoseed España ha obtenido cinco nuevas variedades de tomate tras un largo proceso de investigación y que ha dado como fruto cuatro variedades tipo pintón un tipo cherry rama de color naranja. Así, en este sentido, las variedades tipo pintón cuentan con características diferentes, pero con unos denominadores comunes: el sabor, la durabilidad, el color intenso y el brillo, lo que las convierte en productos muy atractivos en los mercados. De hecho, en dos de ellas, el objetivo fundamental era obtener un tomate 'gran sabor'. Una de estas variedades se denomina 'Ibérico', por analogía con el poderoso sabor de los productos ibéricos; mientras que la otra es una variación de la primera, destinada a adaptarse a determinadas condiciones de cul-

tivo, pero con el mismo resultado. En estas dos variedades se trata, en definitiva, de otorgar una mayor durabilidad al tomate de sabor, el más famoso y demandado a nivel nacional e internacional, sin pérdida en absoluto de su más característico paladar.

MÁS VIDA POSCOSECHA

Las otras dos variedades de tomate pintón presentan una vida poscosecha prolongada, ofreciendo a los agricultores la ventaja competitiva de que pueden alcanzar mercados más lejanos y también la de llegar al consumidor en las mejores condiciones tras un mayor tiempo de almacenamiento o transporte. La variedad principal de estas características recibe el nombre comercial de 'Tyntón', mientras que, como en el caso anterior, su variación está obtenida con el objetivo de adaptarse a condiciones de cultivo muy concretas.

Asimismo, el director técnico de Philoseed España, Víctor Megías, ha señalado que "con la salida al mercado de estas semillas

para cultivar nuevas variedades de tomate, estamos muy contentos y orgullosos de que vea la luz un trabajo de largo tiempo y de que por fin podamos ofrecer al agricultor mejoras en estas dos líneas de tomate pintón y cherry, que pueden tener una buena aceptación en todo el mercado".

En cuanto a la quinta variedad de tomate que la entidad ha sacado a la luz hace tiempo, se trata de un tipo cherry en ramo de color naranja denominada 'Naranjito', que se une a la variedad 'Candy', que también es un cherry pero de color rojo y que fue la primera variedad comercializada por Philoseed España. Al respecto, Víctor Megías ha explicado que "nuestro equipo de genetistas ha llevado a cabo un excepcional trabajo que hacía mucho tiempo que no se realizaba a este nivel, centrándose en dos aspectos capitales y que responden a las principales demandas del mercado y también de las empresas del sector, como son la durabilidad del tomate pintón y el mantenimiento del sabor cuando se otorga mayor vida al tomate".

ACEITE DE OLIVA

El 'escualeno' podría prevenir el cáncer de mama

E. S. G.

La Junta de Andalucía ha informado que una investigación realizada en la Universidad de Jaén (UJA) revela que un compuesto presente en el aceite de oliva virgen, denominado "escualeno", podría prevenir el cáncer de mama al actuar sobre las células epiteliales reduciendo el estrés oxidativo y protegiendo su ADN. De hecho, el investigador responsable del trabajo destaca que los estudios epidemiológicos realizados con anterioridad demuestran que hay una correlación inversa entre el consumo de aceite de oliva y la incidencia de cáncer de mama, pero hasta el momento, no se conoce con exactitud qué compuestos presentes en el aceite de oliva son los que poseen esta capacidad de prevenir el cáncer de mama en humanos. Así, el escualeno, presente en altas concentraciones en los aceites de oliva vírgenes, podría ser el responsable de este efecto preventivo.

MEJORAS

Científicos estudian nuevas variedades de trigo para celíacos

E. S. G.

La empresa de semillas Agrovegetal, en la que participa FAECA, así como la Universidad de Sevilla y el Instituto de Agricultura Sostenible de Córdoba están llevando a cabo un estudio en el que se pretende identificar y desarrollar líneas de trigo duro y harinero con menor contenido en gluten, aptas para el colectivo celíaco, mediante la anulación de péptidos tóxicos por métodos biotecnológicos.

En este sentido, en primer lugar, el paso a dar en el estudio es la evaluación agronómica y, para ello, la entidad Agrovegetal ha sembrado en esta campaña agrícola 100 líneas de cada especie, tanto de trigo duro como trigo harinero, en tres localidades de Andalucía, que servirán como pun-



Trigo duro. / FHALMERÍA

to de partida del proyecto. Asimismo, desde FAECA han dado a conocer que una vez cosechadas las microparcels en el mes de junio, los investigadores de la Universidad de Sevilla y del IAS-CSIC estudiarán el perfil de las proteínas tóxicas para celíacos presentes en muestras de cada una de las pre-variedades, para determinar la viabilidad existente en la

identificación de líneas con bajos contenidos en péptidos tóxicos. Posteriormente, se seleccionará un pequeño número de ellas para realizar la anulación de sus péptidos tóxicos, mediante una puntera tecnología puesta a punto por el grupo del IAS-CSIC de Córdoba.

FASE FINAL

En una fase final, los granos de trigo duro y harinero producidos con estas nuevas variedades serán evaluados para medir su calidad tecnológica en la producción de harinas y sémolas, y se confirmará su aptitud para su consumo en alimentos para celíacos como pan, galletas, pasta, etc., mediante la utilización de anticuerpos monoclonales desarrollados por el grupo de la Universidad de Sevilla.

LA MOJONERA

El centro IFAPA cultiva por cada metro 1,4 kilos de fresa extratemprana

E. S. G.

El centro IFAPA de La Mojonera recolectó durante esta campaña un total de 1,4 kilogramos por metro cuadrado de fresa extratemprana que se cultivó en la planta experimental donde la entidad está realizando un estudio junto a la empresa almeriense Primaflor, según ha dado a conocer Europa Press. Así, en la campaña actual, la fecha de plantación de adelantó al 30 de septiembre, lo que supuso un adelanto de la cosecha, de manera que en la actualidad se han recolectado ya esos casi 1,5 kilos por metro cuadrado, cuando en el campaña anterior, la cosecha

se comenzó el 6 de octubre. En este sentido, para esta ocasión, la variedad usada por los expertos fue la 'Festival', una variedad muy empleada en la zona de Huelva y que dio lugar a una recolección precoz, un aspecto en el que también influyeron las heladas ocurridas durante los meses de noviembre y diciembre.

Cabe recordar que este proyecto de investigación se está llevando a cabo con el objetivo de cubrir periodos de producción a través de la aplicación de un modelo matemático en desarrollo que permitirá mejorar la gestión del riego y la calidad y precocidad del fruto.

Industria agraria

EN FUNCIONAMIENTO

Alcoex inicia la comercialización de sus primeros productos de V gama

LA EMPRESA CERRÓ UN ACUERDO PARA LA VENTA DE 50.000 KILOS DE ALIMENTOS AL AÑO, AUNQUE LLEGARÁ A PRODUCIR 6 MILLONES

■ José Esteban Ruiz

Con el registro sanitario en su poder, pruebas con dos productos de V gama -en tomate y pimiento- realizadas y superadas y con algún cliente al que vender estas hortalizas semielaboradas, Alcoex Mediterráneo ha levantado el freno de mano y ha iniciado el camino de



■ La consejera Clara Aguilera inauguró la planta. / FHALMERÍA

la comercialización de estos productos. Aunque en un principio fueron más las comercializadoras que apostaban por esta iniciativa, finalmente, Alcoex la forman las comercializadoras Cabasc, S.C.A., Canalex, S.A.T., Casur, S.C.A., El Grupo, S.C.A., Murgiverde, S.C.A., Nature Choice, S.A.T. y Vicasol, S.C.A. junto con Cajamar.

Sus primeras ventas ya están concretadas a través del Canal HORECA. "Tenemos un acuerdo cerrado con una cocina que suministra a una cadena de restaurantes que va a demandar unos 50.000 kilogramos de producto al año",

informó el gerente de Alcoex, José Antonio García. No obstante, la capacidad de producción de la empresa es de 2.000 kilogramos a la hora, por lo que esperan alcanzar los 6 millones de kilos terminados el año. De momento, aseguró, ya "hay otras empresas que están probando el producto con el fin de incorporarlo a sus recetas".

La base de sus alimentos son tomate y pimiento. Unos semielaborados de calidad con ausencia de conservantes, ya que sus ingredientes son naturales: hortalizas, aceite de oliva virgen extra de la provincia y sal. El producto cuenta con una duración de entre 12 y 18 meses. Para el 'pistoletazo' de salida han contado con la consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, quien ha insistido en que "Alcoex ya no es un proyecto, sino una realidad, además, una realidad de futuro por el que apuesta la Consejería".

INNOVACIÓN

TECNOVA estudia la conservación de hortalizas en cámaras con tecnología NASA

■ J. E. R.

El Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA está estudiando la efectividad de un sistema, avalado por la Fundación Espacial de la NASA, para su aplicación a las cámaras de las cooperativas agrarias con el objetivo de determinar si influye en la duración de la con-

servación de las frutas y hortalizas. De arrojar unos resultados positivos -se conocerán a finales de este año-, desde TECNOVA aseguran que la implantación de esta tecnología podría ser muy beneficiosa para el sector, ya que conllevaría "un aumento en el plazo de conservación de los productos, lo que permite comercializar las hortalizas cuando los pre-

cios son más ventajosos, al igual que ocurre ya en otros productos. Además, podría venir asociado a una mejor conservación, por tanto se podría conseguir una calidad del fruto más constante".

Por otra parte, añaden desde TECNOVA, "podría minimizar incluso la cantidad de producto desechado, ya que se ha comprobado cómo en algunos frutos

que presentan pequeños daños tras la manipulación es capaz de cicatrizar el tejido vegetal". En esta investigación, que consiste en la implantación de un sistema de depuración y desinfectar el aire para eliminar microorganismos causantes de podredumbre de los frutos, tratarán igualmente de analizar la composición nutricional para dilucidar que la aplicación del sistema no afecta negativamente a las cualidades alimenticias de los productos.

TECNOVA contará con la colaboración de Laboratorios Reactiva, que se encargará de anali-

zar los frutos, y Servicalpo, empresa distribuidora de los equipos de la tecnología que se aplicará.

En relación al proceso de investigación que se va seguir, desde TECNOVA explican que "se medirán dos cámaras frigoríficas con hortalizas, una con sistema y otra sin él, y se irán extrayendo muestras periódicamente de las que se analizarán los diferentes parámetros indicativos de su estado de conservación". Este proyecto ha sido apoyado por la Agencia IDEA de Almería, perteneciente a la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa.

Suministros
Martínez, S.L.



EL EJIDO

Ctra. de Málaga, km. 411
Tels. 950 60 66 66 - 950 60 64 62
Fax 950 60 64 63

ALMERÍA

Avda. Montserrat, 146-Nave Ind.
Tels. 950 22 57 66 - 950 22 91 15
Fax 950 22 68 02

VERA

Parque Ind. El Real de Antas
Avda. Principal F-8.
Tel. 950 39 12 19. Fax 950 39 16 54



VENTA Y ALQUILER DE MAQUINARIA PARA CONSTRUCCIÓN Y AGRICULTURA

25 AÑOS APORTANDO SOLUCIONES

El cuajado, engorde y regularidad de los cítricos ya no son un problema

SIPCAM INAGRA PUSO EN EL MERCADO HACE UN CUARTO DE SIGLO UN PRODUCTO QUE, AÚN A DÍA DE HOY, ES ALIADO DEL AGRICULTOR

■ Isabel Fernández

Fengib® lleva 25 años en los mercados solucionando más de un problema a los productores de cítricos. Y es que, este fitoregulator para cuajado y engorde ha sido capaz de mantener durante todo este tiempo plantaciones competitivas, y eso a pesar de las enormes presiones de países terceros. En este sentido, según indicaron desde la empresa, Fengib® otorga un calibre homogéneo a los frutos y lo hace gracias a su composición. Ácido Giberélico y Fenotiol (Giberelina+Auxina) para que los cítricos cuajen adecuadamente, engorden y, lo que es más importante aún, mantengan un calibre estable durante todo su ciclo productivo.

Con respecto a este último aspecto, y según diversos estudios llevados a cabo por la Universidad Politécnica de Valencia, los aportes de Fengib® hacen que los frutos mantengan un tamaño es-



■ Este fitoregulator garantiza un calibre homogéneo de los frutos. / FHALMERÍA

table durante todo el período de recolección. Esto, en ningún caso, es nada desdeñable, puesto que, en los últimos años, la presencia de producto de países terceros ha aumentado en los mercados y, a su vez, estos últimos se han hecho mucho más exigentes. La calidad es algo fundamental y, entre las características mínimas que debe tener un producto se en-

cuentra, como no podía ser de otra manera, el calibre.

Fengib® logra esta homogeneidad porque favorece el cuajado del fruto. De este modo, si bien es cierto que con su aplicación no cuajan tantas flores como con otros productos, éstas dan lugar a frutos de un calibre más equilibrado. Para ello, el producto de Sipcarn Inagra debe ser aplicado

en dos momentos fundamentales. En primer lugar, para facilitar el cuajado de flores, se debe tratar en el momento adecuado de la caída de pétalos y, en segundo lugar, en la autorregulación o caída fisiológica, para obtener mejores y más uniformes calibres, ya que asegurará un aporte continuo y homogéneo de azúcares y nutrientes a los frutos.

Fengib® es, sin lugar a dudas, un producto más que consolidado en el sector de cítricos, sin embargo, no es la única aportación que esta empresa de origen italiano ha hecho al sector hortofrutícola en los últimos años.

CAMBIO DE IMAGEN

Sipcarn Inagra lanzó al mercado el año pasado Ferrica® M57, el primer corrector de clorosis férrica basado en hierro quelatado con una mezcla de EDDHA y EDDHMA que alcanza un contenido mínimo garantizado en hierro del 5'7% en la forma esteroisomérica orto-orto, según explicaron desde la empresa. Sin embargo, desde el pasado 1 de enero, este producto, fabricado por Akzo Nobel en exclusiva y distribuido por Sipcarn Inagra en España tiene nuevo nombre. Ferrale® llega a los mercados con fuerzas renovadas y de la mano de Ferrica® M60, otro corrector de hierro basado en hierro quelatado por EDDHA.

Asimismo, Ferrale® cuenta ya con una nueva imagen de marca y un nuevo envasado que, desde la empresa, se encargarán de hacer llegar a los agricultores a través de una campaña de promoción que incluye diversas acciones para todo este año 2010. La intención no es otra que trasladar a los productores, a sus clientes, el hecho de que "ahora Ferrica M57 se llama Ferrale". Lo único que no ha cambiado son sus excelentes propiedades.

LISTOS PARA DEGUSTAR

Los consumidores son cada vez más fieles a los productos de IV gama

■ I. F. G.

Los consumidores son, día a día, más fieles a los productos de IV gama. Así lo afirmaron desde la Asociación Española de Frutas y Hortalizas Lavadas Listas para su empleo (AFHORLA) durante la presentación de los datos de comercialización de 2009. En este sentido, las cifras apuntan a un aumento en el volumen de ventas del 6%, mientras que, paradójicamente, el valor de estas ventas se incrementó en apenas un 2%, un dato inferior al de 2008, cuando el valor del volumen comercializado fue un 6% mayor que un año antes. Según explicaron desde

AFHORLA, este último aspecto se debe a "la rebaja del gasto de los consumidores".

Asimismo, consideraron que los números de 2009 "evidencian la fidelidad" de los clientes y demuestran que éstos siguen valorando las ventajas de estos productos, su relación calidad-precio y su garantía de seguridad alimentaria. Teniendo esto en cuenta, desde la Asociación apuntaron que, previsiblemente, 2010 será un año con datos similares a 2009, es decir, con un volumen superior al de la facturación. A su juicio, esto será así porque "habrá variaciones en el número de actos de compra y en el 'mix' de productos consumidos".

AJUSTANDO COSTES

Agricultores invierten diez veces menos en 'bichos' en primavera

■ I. F. G.

Los agricultores de la provincia invertirán diez veces menos en fauna auxiliar para la campaña de primavera que lo invertido en invierno. De este modo, se pasará de los 3.000 euros por hectárea, de media, del inicio del año agrícola a apenas 300 ó 400 euros por hectárea, según indicó Jan van der Blom, responsable del Departamento de Control de Plagas de COEXPHAL. Así, van der Blom explicó que para melón y sandía "el gasto es más limitado", entre otras cosas, porque está demostrado que con menos insectos auxiliares "los resultados también son buenos".

En este sentido, el técnico de COEXPHAL indicó que, en la mayoría de los casos, los agricultores sólo sueltan *Amblyseius*



■ Melón Galia. / FHALMERÍA

swirskii y, aún así, no tienen problemas en exceso. De todos modos, si los hubiera, "basta con tratamientos poco agresivos y compatibles con la lucha integrada". Asimismo, comentó que, ya durante la pasada campaña de pri-

mavera, en torno al 60% ó 70% de las plantaciones de melón y sandía se cultivaron con la ayuda de insectos beneficiosos, por lo que las expectativas puestas en este nuevo año son muchas.

Por su parte, Kris de Smet, director comercial de Koppert España, señaló que si los agricultores realizan menos sueltas en primavera es, simplemente, "para reducir gastos". Ya el año pasado, los precios de melón y sandía no fueron, ni mucho menos, rentables, por lo que los productores intentarán ajustar al máximo la inversión que realicen en ambos cultivos en esta ocasión. Del mismo modo, apuntó que la campaña de primavera es mucho más corta que la de otoño-invierno y, por ello, los agricultores intentan que los costos a los que tienen que hacer frente no sean excesivos.

Compromiso de Protección



Grupo TPM

Los Plásticos de Almería



LOGÍSTICA

El Puerto contará con una inversión europea de más de 7'5 millones para transportar hortalizas

ESTA CANTIDAD ESTÁ DENTRO DEL PROGRAMA 'MARCO POLO' Y BUSCA REDUCIR LA EMISIÓN DE CO2 A TRAVÉS DE LA INTERMODALIDAD

■ Isabel Fernández

La Agencia Europea de la Competitividad y la Innovación (AECI) invertirá más de 7'5 millones de euros en el proyecto para el transporte de hortalizas por vía marítima encabezado por la Autoridad Portuaria de Almería y en el que también participan la naviera Van Uden y la sociedad Andalucía Fresh Line. Esta ayuda se enmarca en el II Programa Marco Polo, que tiene como objetivo la reducción de la congestión y la mejora del comportamiento medioambiental del sistema de transporte intermodal, contribuyendo, de este modo, a la creación de un sistema de transporte eficaz y sostenible que aporte un valor añadido.

En este sentido, el proyecto almeriense ha sido el mejor valorado por esta institución comunitaria. Y es que, de las 22 iniciativas propuestas, ha sido la de la Autoridad Portuaria de Almería la que ha logrado hacerse con la mayor inversión. Según el texto en el que se indica la concesión de esta ayuda al proyecto almeriense, los mercados de destino de las hortalizas que se exporten desde la provincia serán Inglaterra, los países del Benelux, el norte de Francia y Alemania. Para ello, los barcos que zarpen desde Almería llegarán hasta Dunkerque (Francia), Sheerness (Reino Unido) y Morderdijk (Países Bajos) y, desde allí,



■ El primer envío se realizó la pasada primavera. / FHALMERÍA



■ El transporte por carretera sería un complemento a la vía marítima. / FHALMERÍA

El tráfico en las autopistas del mar comienza a aumentar paulatinamente

■ I. F. G.

Las autopistas del mar se están perfilando como el transporte del futuro para las frutas y hortalizas. En primer lugar porque reducen las emisiones de CO2 al evitar la congestión del tráfico en las carreteras y, en segundo lugar, porque garantizan, como otros medios de transporte, la llegada de la mercancía a su destino con la mayor calidad posible.

En este sentido, y junto a la iniciativa puesta en marcha por la Autoridad Portuaria almeriense, ya son otros los proyectos en los que se trabaja en Andalucía.

Así, por ejemplo, ECOHAL-Granada y Motril Port presentaron durante la pasada edición de Fruitlogística la posibilidad del transporte por mar de hortalizas desde el puerto motrileño. Este servicio correría a cargo de la empresa OPDR, compañía es-

pecializada en el transporte de mercancías entre el sur y el norte de Europa.

Durante la presentación de esta línea, el director de la empresa OPDR, Thomas Brüggmann, insistió en la conveniencia de la utilización del barco como medio de transporte de mercancías, ya que, a su juicio, "además de ser en torno a un 20 ó 30 por ciento más barato que el transporte por carretera, también reduce las emi-

siones de CO2 a la atmósfera". En un principio, esta línea regular saldría del Puerto de Motril cada martes, mientras que el cliente recibiría la mercancía el domingo.

Por otro lado, también en la feria berlinesa, la Autoridad Portuaria de Huelva presentó los resultados de un estudio que afirmaba que la ruta por mar entre Almería, la capital onubense y Rotterdam es la más rentable para transportar cítricos a la Unión Europea (UE). Este estudio, según indicaron desde Europa Press, recoge que "la ruta presenta una gran potencialidad y un ahorro notable de costes".

por carretera, hacia los distintos mercados.

La iniciativa almeriense se enmarca en una de las líneas de actuación del Programa Marco Polo y que consiste en la puesta en marcha de las denominadas autopistas del mar. De este modo, el objetivo es transferir de forma directa una parte del transporte de las mercancías por carretera a las vías marítimas de corta distancia o a una combinación del transporte marítimo de corta distancia con otros modos de transporte en la que el trayecto por carretera sea lo más corto posible.

Ya en abril de 2009 se realizó el primer envío de hortalizas a Dunkerque por vía marítima desde la provincia almeriense. Entonces fueron Agroponiente, Casi, Indasol, Ferva, Casur, Coprohnijar, San Isidro Labrador y Agropulpí, junto con la murciana Surinver, las comercializadoras elegidas para participar en este proyecto piloto que, tras su conclusión, calificaron de "exitoso" desde la Autoridad Portuaria. En este primer envío se transportaron tomates, sandías, berenjenas, alimentos precocinados, calabacines, cítricos y tomate cherry.

La intención de este primer viaje era constatar la viabilidad del transporte marítimo combinado con el transporte por carretera para los productos hortofrutícolas almerienses y, de este modo, ganar confianza de cara a la comercialización.

EDICIÓN XII 2010 - 2011

Portagranzo

VADEMÉCUM DE VARIEDADES HORTÍCOLAS

XII EDICIONES
dando a conocer
miles de nuevas variedades

www.portagranzo.net

Universidad

EN CONSTRUCCIÓN

Comienza la cuenta atrás para que el PITA inicie su actividad en 2011

EL CENTRO TENDRÁ UN ÁREA DE BIOTECNOLOGÍA AGROALIMENTARIA QUE PROMOVERÁ LA I+D EN CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS

■ Elena Sánchez

El consejero de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía, Martín Soler, ha sido el encargado de presidir el acto de colocación de la primera piedra del Edificio Científico Técnico de la Universidad, unas instalaciones que comenzarán a funcionar el próximo año. Así, entre los centros que van a ir ubicados en este edificio, está el de Biotecnología Agroalimentaria, que contribuirá científicamente al desarrollo de este sector y a la generación de productos saludables. De hecho, sus áreas estratégicas serán el control biológico y la producción integrada, la biotecnología aplicada a la agro-



■ El consejero de Innovación, Martín Soler, durante la colocación de la primera piedra. / FHALMERÍA

alimentación, la calidad y la seguridad alimentaria y la nutrición y la salud.

De este modo, promoverá la investigación básica de calidad y seguridad alimentaria, desarrollará trabajos en alimentos fun-

cionales y nuevas variedades vegetales, aportará conocimiento para el avance de esta industria, así como valor al procesado y envasado de alimentos y activará investigaciones sobre alimentos libres de contaminantes orgáni-

cos. Por otro lado, este centro también participará en programas formativos de posgrado, incrementará la cultura de competitividad y excelencia científica, realizará proyectos de colaboración con empresas, formará a

doctores de alto nivel científico, generará estructuras que permitan el desarrollo de nuevas líneas de investigación y transferirá personal científico a los departamentos de I+D+i del sector productivo.

PROYECTO CAMPUS

Del mismo modo, desde la Junta de Andalucía han informado que a través de este nuevo edificio se articulará la presencia de la entidad académica en el proyecto Campus de Excelencia Internacional Agroalimentaria, del que también forman parte las instituciones de Córdoba, Cádiz, Huelva y Jaén, iniciativa que ha colocado a las universidades como referente nacional por su apuesta por la excelencia y la investigación.

Además de este primer centro, el PITA estará formado por el Centro Andaluz de Evaluación y Seguimiento del Cambio Global, el Centro de Estudios para las Migraciones y las Relaciones Inter-culturales y el Centro de Comunicación y Nuevas Tecnologías. Con todo ello, el consejero de Innovación, Martín Soler, destacó la cooperación entre entidades públicas y la propia UAL para la puesta en marcha de este proyecto.

IMPULSO

La UAL traslada el modelo agrícola de Almería hasta Bolivia por su clima similar

■ E. S. G.

Un grupo de investigadores de la Universidad de Almería, UAL, junto con expertos de la Universidad Andina Simón Bolívar y Universidad de San Francisco Xavier de Chuquisaca, tiene como objetivo impulsar un centro de tecnologías agrícolas compatibles con el medio ambiente en la región boliviana de Sucre, según ha dado a conocer en una nota Andalucía Innova. De hecho, se pretende aplicar el modelo agrícola de la provincia almeriense a las condiciones de la localidad, gracias al parecido de ambas zonas tanto geográfica como climatológicamente.

Así, el proyecto comprende una serie de mejoras en los terrenos e

instalaciones que aportan las universidades bolivianas. Asimismo, persigue la construcción de un invernadero experimental para llevar a cabo ensayos sobre cultivos con posibilidad de adaptación a la zona, además del equipamiento de laboratorios de campo que permitan apoyar las pruebas de tecnologías.

Por otro lado, el centro también tendrá la tarea de estudiar la adecuación de las especies vegetales, sobre todo las hortalizas, que pueden cultivar con éxito de acuerdo a las condiciones naturales y climáticas. De hecho, el centro no sólo se centrará en el ámbito de la producción, ya que también transferirá a los productores estos conocimientos adquiridos en los ensayos.

VISITA

Guatemala se fija en la provincia para desarrollar su agricultura

■ E. S. G.

El viceministro de Agricultura de Guatemala, Pietro Miguel Díaz, ha visitado la provincia y una de sus paradas ha sido la Universidad de Almería. Así, el representante guatemalteco se ha fijado en el exportable modelo Almería de agricultura bajo plástico para desarrollar su propio sistema de producción agrícola. En concreto, la visita se ha llevado a cabo en la finca experimental UAL-Anecoop, donde se ha podido reforzar el compromiso de mantener la cooperación y los intercambios académicos de la Universidad y el país centroamericano, que también es uno de los lugares preferentes de la cooperación a nivel andaluz.



■ Invernadero. / FHALMERÍA

Así, por parte de la UAL, su rector, Pedro Molina, ha explicado que la Universidad puede ofrecer elementos de intercambio con Centroamérica y Guatemala, pero para que realmente esa cooperación sea efectiva, se necesita una planificación in-

tegral que apunte los proyectos que investigadores de la UAL ya desarrollan en ese país.

APOYO EN I+D

De hecho, el máximo representante de la UAL afirmó que "nosotros podemos ofrecer toda nuestra colaboración y apoyo a nivel de investigación, de innovación y de docencia, pero el 'modelo Almería' conlleva el desarrollo de una estructura empresarial, de todo un conjunto de aspectos que pueden llevar a un nuevo planteamiento político a nivel de cooperación". Con todo ello, se puede afirmar que son nuevos pasos los que se están dando para apoyar a otros sectores agrícolas en su desarrollo.

Medio ambiente

LAS RUTAS DEL VINO

Andalucía participa en un proyecto piloto de fomento del enoturismo

■ Isabel Fernández

Andalucía participará junto con otras 11 comunidades autónomas en un proyecto piloto de desarrollo de territorios enoturísticos sostenibles. Así lo indicaron desde el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) y explicaron, además, que "su objetivo es la transformación del espacio territorial, socioeconómico y cultural de las Rutas del Vino de España en Territorios Socialmente Responsables". Para ello, se aplicará la "construcción de espacios competitivos, sostenibles e innovadores, dotados de atributos éticos, una imagen diferenciada y una visión y estrategia comunes".

La puesta en marcha de estos proyectos piloto contará con subvenciones por valor de casi 530.000 euros, cantidad que se destinará, entre otros aspectos, a



■ Almería ya trabaja en la creación de rutas. / FHALMERÍA

la promoción de la competitividad, el empleo y la calidad de la vida en las zonas rurales vitivinícolas mediante una estrategia de desarrollo turístico ligado a la cultura del vino y la sostenibilidad del territorio. Asimismo, se persigue desarrollar un modelo de gestión turística del destino viti-

vinícola que preserve el medio ambiente, los recursos naturales y el patrimonio cultural y que reporte beneficios para todos los agentes del sector, integrando, para ello, la gestión de la calidad enoturística, la gestión medioambiental y la de empresas que conforman el producto turístico.

INFRAESTRUCTURAS

La Junta invierte más de 72 millones en 34 obras de mejoras hídricas

■ I. F. G.

La Consejería de Medio Ambiente, a través de la Agencia Andaluza del Agua, está ejecutando 34 obras de mejora hídrica en la provincia almeriense y cuya inversión asciende a 72'7 millones de euros. Según indicaron desde Europa Press, los objetivos de todas estas intervenciones son, por un lado, defender a las poblaciones en caso de avenidas y, por otro, mejorar el estado ecológico de las masas de agua, tan importantes para Almería.

Entre las actuaciones puestas en marcha destaca el encauzamiento del Río Andarax en el tramo de su desembocadura al mar en la capital, con un presupuesto cercano a los 22 mi-

llones. Asimismo, de forma simultánea, la zona asiste a la adecuación hidrológica-forestal del margen derecho del río Andarax, que supone una inversión de más de 7'8 millones.

Otras actuaciones destacadas son, por un lado, la realizada en la rambla del Pastor en Vúcar y, por otro, la adecuación de la rambla de Albox a su paso por el municipio. Con respecto a la primera, contempla la restauración, defensa contra avenidas y adecuación para uso público de la rambla vicaria y cuenta con un presupuesto de 11'3 millones, mientras que, en el caso de la segunda, las obras consistirán en la acomodación hidrológico-forestal de la rambla albojense. La inversión, en este caso, es de 5'4 millones.

AGROI RIS

Desde 1994

En AgroiRis agricultores, técnicos, empleados y todos los que pertenecemos a esta empresa hemos trabajado por mejorar nuestra producción año tras año desde 1994. Ahora con más ilusión que nunca y preparados para evolucionar estamos dispuestos a dar lo mejor de nuestro campo a los más exigentes clientes europeos. Las hortalizas son vida y tenemos muchas.

www.agroirris.com.
fguil@agroirris.com / asalinas@agroirris.com

AENOR
Productos Certificados
Hortícolas

International food standard
IFS

Legislación

EN BREVE

Convocadas las ayudas apícolas



Los apicultores interesados podrán presentar su solicitud para acceder a las ayudas a su sector de la Junta hasta el próximo 15 de marzo. Estas subvenciones han permitido ya la mejora de la producción y la comercialización de los productos de la apicultura.

Críticas a las agroambientales

ASAJA-Almería criticó la nueva convocatoria de las ayudas agroambientales de la Junta de Andalucía, ya que, según explicaron, deja fuera a los nuevos solicitantes para esta campaña 2010. El texto publicado en el BOJA, apuntaron desde ASAJA, recoge ayudas para nuevos solicitantes sólo para medidas de razas autóctonas en peligro de extinción y de agricultura de conservación, dejando fuera a productores ecológicos.

Promoción en países terceros



El Ministerio ha convocado ayudas para programas de información y promoción de productos agrícolas en países terceros. Los beneficiarios podrán ser organizaciones profesionales e interprofesionales representativas del sector. El plazo finaliza el 31 de marzo.

CAMBIOS

El seguro de tomate de invierno se podrá contratar a título individual

... LAS ORGANIZACIONES AGRARIAS APLAUDEN LA MEDIDA, YA QUE ESTA LÍNEA TIENE MÁS COBERTURAS QUE LA DE CULTIVOS PROTEGIDOS

■ Isabel Fernández

Los agricultores podrán contratar el seguro de tomate de invierno (línea 52) a título individual, algo que, hasta el momento, estaba reservado de forma exclusiva a las Organizaciones (OPFH). Así se anunció tras el encuentro del grupo de trabajo del seguro de cultivos hortícolas reunido en Almería y en el que la Entidad Estatal de Seguros Agrarios (ENESA) indicó cuáles son las líneas en las que actualmente se trabaja para mejorar las coberturas de las pólizas. Con respecto a la contratación por parte de los propios agricultores de la línea 52 de tomate de invierno, desde las organizaciones agrarias de la provincia aplaudieron la medida.

En este sentido, Antonio Moreno, responsable regional de Seguros Agrarios de COAG, afirmó que desde la Coordinadora habían solicitado en numerosas ocasiones



■ La botrytis ha hecho mella en los cultivos. / SANIDAD VEGETAL

que esta póliza se pudiera contratar individualmente, entre otras cosas, porque "cuenta con mayores coberturas en tomate que la línea 18", la de cultivos protegidos. Por su parte, desde ASAJA en la provincia, si bien valoraron la novedad, también quisieron ser cautos y, por ello, indicaron que "estamos a la espera de ver cómo quedará finalmente el condicionado de esta línea". En una reunión posterior, ahora en Madrid, ENESA accedió

a estudiar la petición de esta organización agraria de incluir la cobertura del rajado del fruto en la línea de tomate de invierno, así como confirmó la posibilidad de que se pudiera contratar a título individual.

Asimismo, las organizaciones agrarias exigieron a la Administración, por un lado, compensaciones económicas para los productores afectados por el reciente temporal y, por otro, nuevas me-

joras, ahora en la línea 18 de cultivos protegidos. En lo que respecta al primer punto, reclamaron que se compense económicamente a los agricultores con seguro que se han visto afectados y que han sufrido daños que no cubre la póliza actual, tales como el rajado del fruto o las enfermedades fúngicas (botrytis y mildiu). Junto a esto, desde ASAJA-Almería solicitaron que en el condicionado del seguro se especifiquen claramente las coberturas, incluida la lluvia persistente, para evitar "diferencias en las interpretaciones y desengaños", que es, a su juicio, "lo que está ocurriendo en estos momentos".

Por último, pidieron nuevas mejoras en la línea 18. Así, COAG planteó 12 modificaciones, tres de las cuales "son fundamentales". De este modo, exigieron que el seguro cubra los daños causados por la Tuta absoluta y el mildiu, la bajada de la franquicia del 20% vigente para todos los riesgos excepcionales cubiertos y que, en caso de inundación por lluvia torrencial o persistente como ha ocurrido de este invierno, se tenga en cuenta la merma de producción causada por otros problemas en la planta derivados de la lluvia.

NUEVO SISTEMA

La marca 'N' reduce costes de certificación

■ I. F. G.

El nuevo Reglamento particular de certificación de la marca 'N' de AENOR para frutas y hortalizas para consumo en fresco entró en vigor durante la primera quincena del mes de febrero. Entre sus novedades, según indicaron desde FEPEX, destaca la reducción de los costes de certificación para el productor, que será mayor en aquellas empresas que se encuentren en un nivel de control reducido o en el nivel superreducido. Y es que, el Reglamento incluye un sistema de control que incorpora una auditoría interanual, reduciendo, a su vez, las actuales visitas de seguimiento, según aprobó el Comité Técnico de Cer-

tificación de AENOR (AEN/CTC 054).

De hecho, la puesta en marcha del nuevo sistema permitirá reducir el número de inspecciones de campo y, con ello, el número de tomas de muestras. Junto a esto, el nuevo Reglamento incluye novedades relativas al porcentaje de superficie mínima para poder solicitar la certificación, así como en el uso de la marca en acuerdos de transacción. Este Reglamento particular describe el sistema de control de la Norma UNE 155000 y que establece un proceso productivo controlado de frutas y hortalizas para su comercialización en fresco, así como las condiciones en las que puede hacerse uso de la marca 'N'.

MÁS PRESUPUESTO

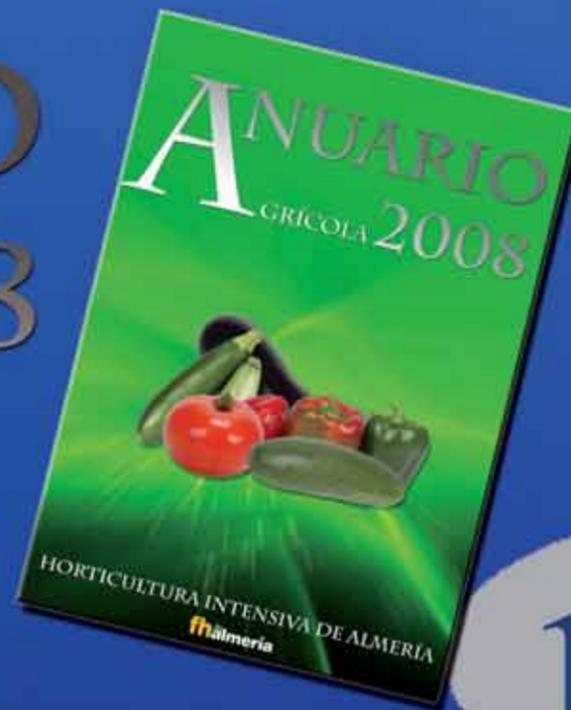
Agricultura subvencionará el 100% de la inversión en mejoras de caminos

■ I. F. G.

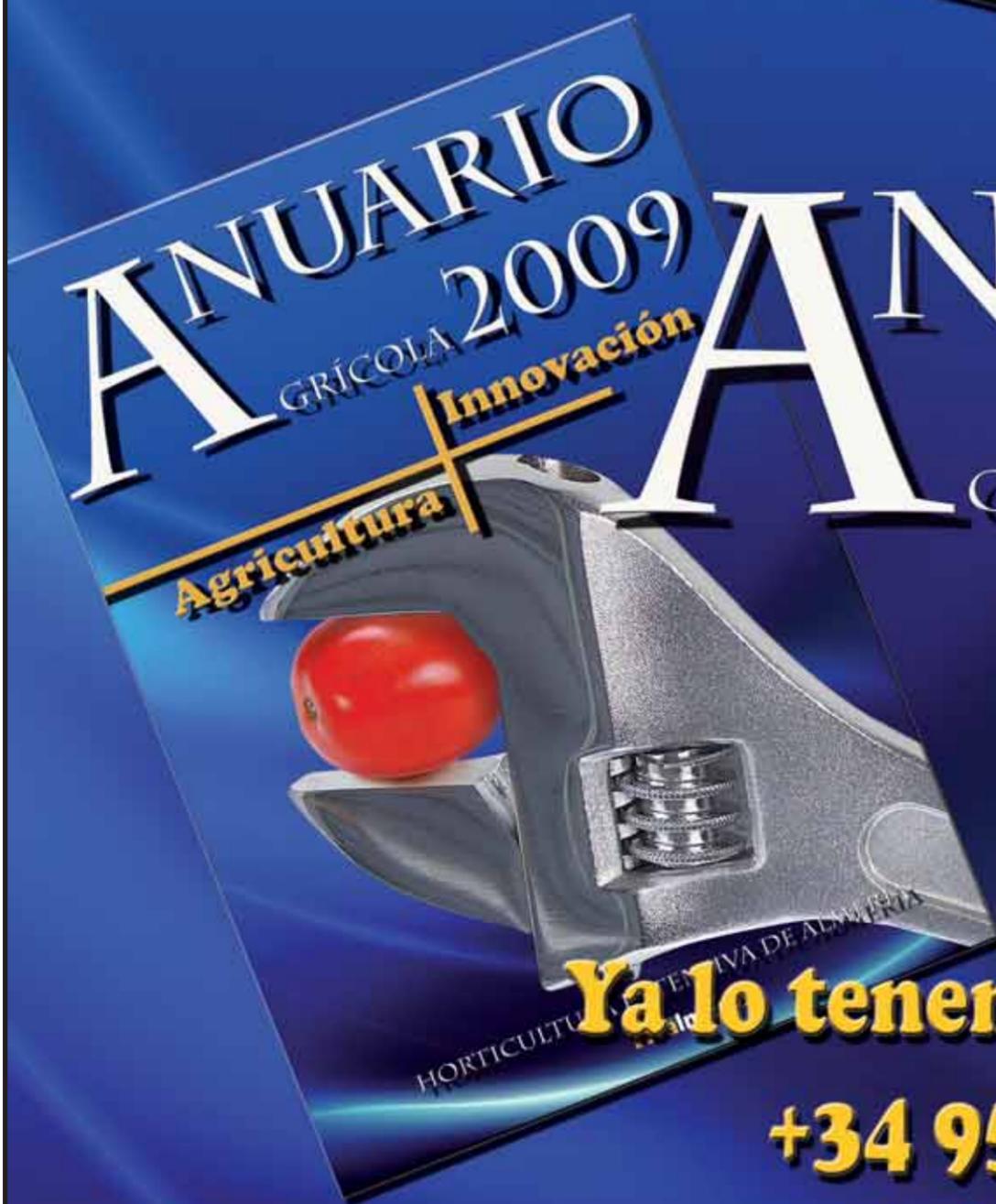
La Consejería de Agricultura y Pesca ya ha publicado la nueva Orden para la mejora de caminos rurales, cuya dotación presupuestaria asciende a 30 millones de euros. Asimismo, según indicaron desde la Consejería en un comunicado, por primera vez, la norma incluye la posibilidad de que sea la Administración la que sufrague la inversión total de las obras sin necesidad de que los ayuntamientos aporten parte alguna de la financiación. En esta ocasión, la Administración ha de-

cidido adelantar la publicación de esta Orden para, así, acelerar lo máximo posible las intervenciones necesarias para recuperar todos los caminos dañados a causa del último temporal de lluvia. Junto a la subvención del 100% de la inversión, otra de las ventajas es que las entidades beneficiarias podrán solicitar anticipos de ayudas. Asimismo, y aparte de para la reparación de las infraestructuras agrarias, salvo electrificación, la Orden incluye líneas de ayudas para la prevención de daños causados por adversidades climatológicas.

ANUARIO GRÍCOLA 2008



15 €



ANUARIO GRÍCOLA 2009

**Ya lo tenemos, solicítalo al
+34 950 571346 o
comercial@fhalmería.com**

HORTICULTURA INTENSIVA
DE ALMERÍA

fhalmería

Marketing

QUIOSCO GOURMET

Los vinos de Almería se muestran en el Paseo de la capital en este inicio de año

■ I. F. G.

Los vinos de la provincia de Almería fueron desde finales del mes de enero y durante todo el mes de febrero los protagonistas de las degustaciones que se llevaron a cabo en el quiosco gourmet que la empresa Castillo de Tabernas ha ubicado en el Paseo de la capital. De este modo, desde el pasado 30 de enero y hasta finales de febrero, quienes se acercaran al centro de la ciudad cualquier sábado pudieron degustar los caldos de la provincia.

La Bodega Fuente Victoria fue la encargada de dar el pistoletazo de salida a esta serie de degustaciones y lo hizo ofreciendo catas de su vino 'Sulayr', un blanco elaborado con uva macabeo. Tras ella, la Bodega Cortijo de la Vieja, Bodega Antonio Jiménez, Bodegas Selección de Vinos de Fondón y Bodegas de Onegar fueron quienes se encargaron de hacer las delicias de los consumidores almerienses. El objetivo de esta iniciativa no era otro que dar a conocer la varie-

dad y bondades de los productos de la provincia, en este caso, de sus caldos que, lamentablemente, no son aún muy conocidos pero que, sin duda, son de una calidad excelente.

Este quiosco gourmet se puso en marcha a principios de 2010 y lo hizo con la intención de promocionar los productos de la provincia entre sus habitantes. La dificultad para encontrar un punto de venta donde los consumidores pudieran acceder a toda la oferta agroalimentaria de la provincia propició la creación de este espacio que, ubicado en una de las principales arterias de la ciudad, se ofrece no sólo a los almerienses, sino también a todos los turistas que visitan Almería.

Además, y en esta misma línea de promoción, a la vez que se puso en marcha este quiosco, también se dio luz verde a la web www.gourmetdealmeria.com, cuyo objetivo no es otro que potenciar de cara al público la calidad de los artículos gourmet del quiosco a través del comercio electrónico.

CONSUMO DE HORTALIZAS EN LAS ESCUELAS

Escolares estudian cómo tener una alimentación sana

EN TORNO A 300.000 ALUMNOS ANDALUCES CONOCERÁN TODAS LAS VENTAJAS DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE LA MANO DE LA JUNTA

■ Isabel Fernández

Unos 300.000 escolares andaluces de entre 6 y 11 años tendrán este curso una nueva asignatura. 'Una alimentación saludable' será la nueva materia que, de la mano de la Consejería de Agricultura y Pesca, les enseñará los beneficios del consumo de frutas y hortalizas frescas, e incluso, de IV gama. La Administración autonómica desarrolla desde febrero y hasta el próximo mes de mayo la primera fase de este plan de consumo de productos hortofrutícolas en los colegios y al que destinará 1'5 millones de euros, cofinanciados por la Unión Europea (UE) y la propia Junta, con un horizonte temporal de tres años.

En este proyecto, enmarcado en una iniciativa comunitaria para fomentar el consumo de frutas y hor-



■ La iniciativa cuenta con 1'5 millones de presupuesto. / FHALMERÍA

talizas entre los escolares, colaboran conjuntamente las consejerías de Agricultura y Pesca y Salud y el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) y pretende llegar a un millar de colegios públicos y concertados de Andalucía este cur-

so. Su objetivo, según indicaron desde la Administración, es difundir los beneficios de una alimentación saludable en la que frutas y hortalizas sean piezas fundamentales para poner en valor la calidad y diferenciación de los productos andaluces.

LA MAYOR CAMPAÑA PUBLICITARIA

El aceite de oliva contará con 16'5 millones para promoción en cinco países

■ I. F. G.

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español, el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) y la Comisión Europea (CE) han puesto en marcha la que ya está considerada como la mayor campaña de promoción del aceite de oliva jamás realizada en la Unión Europea (UE). Y no es para menos. La iniciativa cuenta con más de 16'5 millones de euros y tres años de duración y llegará a los consumidores de España, Francia, Reino Unido, Bélgica y Holanda.

La intención, según apuntaron desde el Ministerio, es consolidar consumidores e incor-

porar otros nuevos. Asimismo, se busca aumentar la presencia del 'oro líquido' en los distintos canales de distribución, promover hábitos de consumo entre la población más joven y conseguir el respaldo de los líderes de opinión y medios de comunicación. Para ello, se desarrollarán campañas específicas en función de cuál sea el mercado de destino. Así, por ejemplo, en el caso de Francia, Bélgica y Holanda, donde el aceite de oliva está considerado un producto caro, se usará el reclamo publicitario 'Una vida de rico está bien. Una vida de lujo es mejor', para asociar los aceites de oliva al concepto de que la salud no tiene precio.

COEXPHAL CON LOS MÁS PEQUEÑOS



Socio del mes de '5 al día' por su proyecto COEXPLAY

COEXPHAL se convirtió en febrero en el socio del mes de '5 al día' por la puesta en marcha de su iniciativa COEXPLAY, con la que

pretende difundir la importancia del consumo de frutas y hortalizas entre los más pequeños. Según indicaron desde la Asociación

"felicitamos a COEXPHAL por trabajar en la difusión de hábitos de alimentación saludables entre la población".

Agenda



IFAPA La Mojonera celebra el I Congreso Virtual Iberoamericano de Producción Integrada

La Mojonera acoge el I Congreso Virtual Iberoamericano de Producción Integrada en Horticultura 2010 CVPI, organizado por el Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria y Pesquera -IFAPA- y la Sociedad Española de Producción Integrada en Horticultura Protegida -SEPIH-, que se celebrará desde el 1 de Marzo hasta el 30 de Abril de 2010. El Congreso Virtual Iberoamericano de Producción Integrada en Horticultura constituye una Plataforma a través de la cual es posible celebrar una reunión científica en Internet, con objeto de facilitar la oportunidad de compartir de for-

ma gratuita información con la Comunidad Científica del Sector Agrícola Iberoamericano, así como propiciar la comunicación entre profesionales situados remotamente con intereses comunes, promoviendo la divulgación de trabajos originales de calidad entre todos los participantes. Todos los profesionales que trabajen en horticultura, y especialmente en cualquier aspecto relacionado con la Producción Integrada y estudiantes de últimos ciclos, están invitados a participar activamente enviando sus comunicaciones a la dirección secretaria@cvpi.es.



Alimentaria 2010 acogerá en su próxima edición el VIII Foro Internacional de la Alimentación

Del lunes 22 al viernes 26 de marzo de 2010 regresa a Barcelona una nueva edición de Alimentaria. Este evento espera congregará 5.000 empresas líderes en la fabricación y distribución de alimentos y bebidas, a la espera de la participación de cerca de 160.000 compradores profesionales procedentes de más de 155 países. Una vez más, Alimentaria será el escenario económico internacional en el ámbito de la industria y comercio alimentarios. La feria apuesta por su exitosa y pionera estructura sectorial, que divide la oferta expositiva en 13 salones por familia de productos. Además, el evento

vuelve con un nutrido programa de actividades de innovación e investigación. Se calcula que el 85% de la industria de la alimentación española acudirá a la cita, en los más de 95.000 m2 dedicados a la exposición y actividades complementarias.

Alimentaria 2010 contará con el VIII Foro Internacional de la Alimentación, el VIII Congreso de la Dieta Mediterránea, Innoval, o los diferentes Proyectos Internacionales. Además, La feria presenta un nutrido programa de actividades paralelas a la exposición que permite al visitante disfrutar de esta enorme variedad.

FORO Valencia acoge el 1º Encuentro PHYTOMA-España de Tuta absoluta

Los encuentros PHYTOMA se plantean como debates a nivel técnico-científico entre expertos de cada una de las materias consideradas de especial relevancia en la dilucidación del contenido que se abordará en el mismo. El 1º Encuentro Internacional PHYTOMA-España sobre

'Tuta absoluta. La polilla del tomate, un grave problema en expansión' se celebrará los días 23 y 24 de marzo, en el Salón Paraninfo, Edificio Rectorado de la Universidad Politécnica de Valencia. PHYTOMA considera estos encuentros como un tipo de reunión profesional.

ENCUENTRO Expoaviga 2010 reúne al sector de la ganadería

Del 2 al 4 de marzo Cataluña acoge Expoaviga 2010. El Salón Internacional de la Tecnología Ganadera llega consagrado como un referente a nivel mundial para los profesionales del sector, gracias a su carácter internacional y a su enfoque al-



tamente técnico. Expoaviga, que se celebra cada dos años, ofrece exposiciones de carácter alimentario, sanitario, medios y equipos de producción y es un gran marco para realizar contactos comerciales.

FORO SMAGUA vuelve después de dos años

Feria de Zaragoza es la sede de la feria bienal SMAGUA, que se celebrará del 2 al 5 de marzo de 2010. Está dirigida a la industria y el sector público, donde profesionales, técnicos y funcionarios se reúnen para ver y discutir los últimos avances en gestión de los recursos hídricos y el tratamiento del agua. Las áreas cubiertas

incluyen la prospección de agua, transporte, almacenamiento, tratamiento y equipo. Se abordan temas ambientales como la gestión de los residuos, la eficiencia energética y la protección de recursos hídricos. Expositores españoles y europeos reciben una selección internacional de los visitantes que asisten a diversas conferencias.

FERIA Mesas redondas, concursos y exhibiciones se llevarán a cabo el próximo mes de abril en Madrid en la 23ª edición del Salón Internacional del Club de Gourmets



Del 12 al 15 de abril de 2010, Madrid acoge la vigésimo tercera edición del Salón Internacional del Club de Gourmets de Madrid, donde un alto número de empresas se darán cita estos días para intercambiar opiniones y cono-

cer las tendencias del mercado. En 2008, el Salón celebró su 22ª edición bajo la Presidencia del Comité de Honor de S.M. el Rey se expusieron 45.000 productos, recibió 70.808 visitantes profesionales y acogió a 1.243 expositores.

CERTAMEN El XI Salón del vino y de la aceituna 2010 regresa a Extremadura más profesional que nunca

Del 10 al 13 de marzo, el Salón de Badajoz transforma el Palacio del Vino y la Aceituna en un foro de discusión tratando tanto temas vinícolas, como los que giran en torno a la aceituna, siendo los participantes personas de alto reconocimiento en el



sector, dotando al certamen de proyección nacional e internacional. La feria cuenta con la presencia de importantes bodegueras y aceituneras, así como productos auxiliares, envases y embalajes, maquinaria o recolección.

El Ejido

ALMERÍA

Cultivamos
la Calidad
con Seguridad.

La agricultura en El Ejido afronta continuamente nuevos retos demandados por los mercados más exigentes del mundo. Hablar de Buenas Prácticas Agrícolas, Control Biológico y Respeto por el medio ambiente, no son una novedad en nuestro campo.

Para los Agricultores de El Ejido, la seguridad y el cuidado de los frutos son siempre prioritarios para asegurar la mejor calidad a los consumidores europeos.

Una receta
con mucha
proyección



**A BIGGER
GAZPACHO**

Esta receta elaborada con hortalizas típicamente de nuestra región ha alcanzado fama mundial por su rico sabor y aporte nutricional.

