

ECOHAL PRESENTÓ UN CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO AL NO ACEPTAR LO ACORDADO EN LA INTERPROFESIONAL

Frenazo a HORTYFRUTA por los recursos aceptados contra los decretos de Norma de Calidad y Promoción



■ Fulgencio Torres, presidente de HORTYFRUTA, se enfrenta al recurso planteado por ECOHAL y a las críticas de los alhondiguistas. / FHALMERÍA

ASOCIACIÓN PARA LA PROTECCIÓN DE LAS PLANTAS



SERGIO DEDOMINICI
PRESIDENTE DE AEPLA
"El sector fitosanitario aumenta un 70% su inversión en I+D en 10 años"

P. 40

ESTACIÓN EXPERIMENTAL DE LA FUNDACIÓN CAJAMAR



ROBERTO GARCÍA
DIRECTOR DE "LAS PALMERILLAS"
"El gran reto de Almería es aumentar la productividad en los invernaderos"

P. 6

Agricultura
anuncia ayudas
para la
concentración P. 4

CAMPAÑA DE PRIMAVERA

La recolección de sandía y melón se retrasa por el clima adverso del invierno P. 4

ESPECIAL PIMIENTO P. 17 a 32

LA ÚLTIMA EDICIÓN HA SUPERADO LAS PREVISIONES DE PÚBLICO

EXPO LEVANTE 2010 en imágenes



La feria de Níjar ha vuelto a congregar al sector agrario almeriense en torno a un acontecimiento de esta naturaleza, demostrando así, que este tipo de eventos tiene perfecta cabida en el calendario ferial de la provincia. P13 a 16

4 Compas RZ
años siendo
indiscutible





Opinión

OPINIÓN

HORTYFRUTA no consigue imponer a las empresas no asociadas que paguen

ECOHAL, asociación a la que le dieron en la Interprofesional Andaluza de Frutas y Hortalizas "esto es lo que hay, si quieres lo tomas o si no lo dejas", decidió dejarlo puesto que el tono "democrático" de la invitación no permitía otra cosa. Ahora, ECOHAL ha decidido impugnar con sendos recursos la extensión de norma de calidad y de promoción. En HORTYFRUTA han puesto el grito en el cielo y han acusado a la asociación de las alhóndigas de "hacer daño al sector". Esta nueva salida de tono no es otra cosa que guardarle las espaldas al mismo, al de siempre, al que genera discordia, al que impide el diálogo con su actitud prepotente y esgrime su dedo amenazante, el que amaga con marcharse si no haces lo que él quiere. ¡Ah...! Que no saben de quién hablo, pues pregunten en el entorno de COEXPHAL o en el de HORTYFRUTA, o bien en la Cámara de Comercio, pregunten a los agricultores, o a las organizaciones agrarias. Pregunten en la propia Junta Directiva de COEXPHAL que una vez que no está delante lo ponen a caer de un burro.

Llevo mucho tiempo diciendo lo mismo: con la imposición no se llega a ningún lado. Es preciso el diálogo y reconocer que la negociación entre todas las partes del sector agra-

rio almeriense es la mejor salida. Los dictadores deben abandonar y son tan culpables ellos como los que les apoyan. La agricultura de Almería va de sobresalto en sobresalto. Cuando los precios estén otra vez por los suelos, los agricultores exaltados volverán a acordarse del mismo y eso es peligroso porque sólo da a entender la enfermedad que tiene este sector,

■ José Antonio Gutiérrez

ese personalismo que da buenos dividendos al que manda a costa de la ruina del agricultor.

La impugnación por parte de ECOHAL es un episodio más de todo lo que digo, de esa falta de diálogo y de que sobra autoritarismo y más aún cuando llevas 30 años equivocándote.

Algunos dicen que la culpa no es



■ La agricultura de Almería va de sobresalto en sobresalto



CUANDO LOS PRECIOS ESTÉN OTRA VEZ POR LOS SUELOS LOS AGRICULTORES EXALTADOS VOLVERÁN A ACORDARSE DEL MISMO Y ESO ES PELIGROSO PORQUE SÓLO DA A ENTENDER LA ENFERMEDAD QUE TIENE ESTE SECTOR

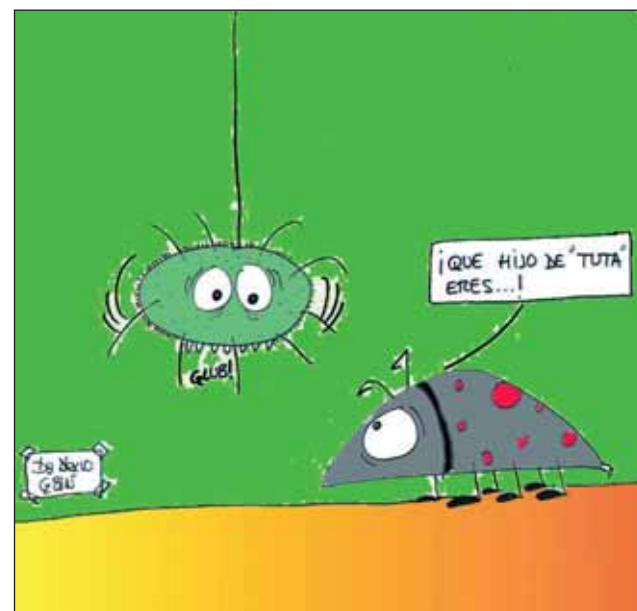
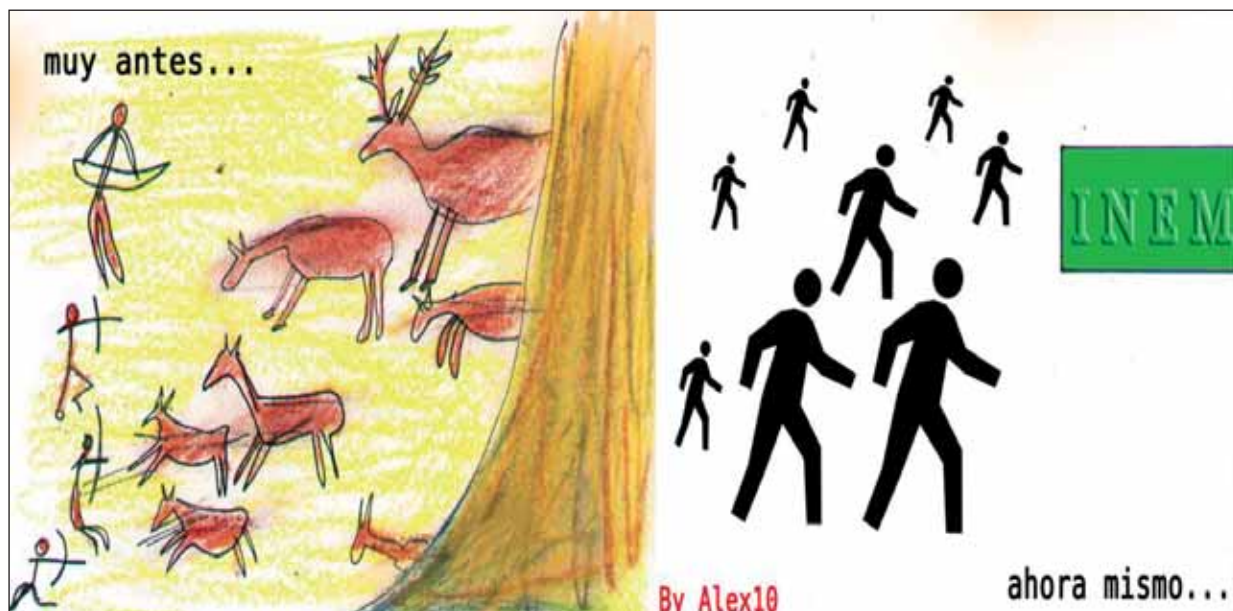
sólo del dictador, sino de quien lo mantiene. Es cierto, sigo echando de menos que el agricultor pida a su presidente cuentas de sus visitas a la organización a la que paga suculentos euros en función de la facturación y el volumen de kilos declarados. Me da igual cómo se llame la organización, lo mismo tiene ECOHAL que COEXPHAL.

Que se acepten las impugnaciones por parte de la Justicia indica que tiene algo que ver en todo este asunto. El pago de las facturas habiéndose aceptado dicha impugnación es más que dudoso y desde luego a quien pone en entredicho es a la titular de Agricultura de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, cuyo propósito no es otro que la Interprofesional sea un instrumento de ayuda y no una herramienta personal de nadie cuya aceptación por parte de los demás está más que cuestionada.

Nadie va a pagar a ojos cerrados facturas cuyo dinero no se sabe bien cómo se va a emplear y muchos de los pagadores ni siquiera tienen derecho a conocer las cuentas. Por cierto, al tratarse de una organización amparada por una ley del ejecutivo andaluz no estaría mal que se publicasen las cuentas de la Interprofesional con el detalle en cada caso, para que los agricultores, que son los que realmente pagan, puedan comparar su sueldo con el de otros que se dan por ofendidos cuando se les pregunta qué se va a hacer con el dinero de todos.

¿No creen que sería mejor hablar de los éxitos de la Interprofesional que no de estas cosas? Pues que no sea así se lo debemos al de siempre.

LA PARCELA DE ALEX



Edita: CIA, 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 Álvarez. 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

IMPUGNACIÓN

Admitidos los recursos de ECOHAL contra las dos extensiones de norma

HORTYFRUTA CARGA CONTRA LA ASOCIACIÓN AL CONSIDERAR QUE ACTÚA CONTRA LOS INTERESES DEL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA

■ José Esteban Ruiz

El recurso contencioso administrativo presentado por la Asociación de Empresas de Comercialización Hortofrutícola de Almería (ECOHAL) contra el Decreto de Extensión de Norma de Calidad publicado en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía ha sido admitido a trámite por el juzgado competente. Aunque en un primer momento, la decisión se adoptaba para este recurso, desde la Asociación han comunicado que han recibido la notificación a través de la cual se les informa de que la impugnación presentada a la extensión normativa en materia de promoción ha sido, igualmente, admitida a trámite.

Esta decisión judicial ha generado un malestar en la Interprofesional Andaluza de Frutas y Hortalizas que la ha llevado a acusar a ECOHAL de “ir contra los intereses del campo”. Así, afirman desde HORTYFRUTA que con la impugnación de las



■ Una de las últimas reuniones entre la Interprofesional y la Administración Pública. /FHALMERÍA

extensiones de norma pretenden desorganizar el sector de frutas y hortalizas de Andalucía, en un momento “en el que todos deberían apostar por la unión y el crecimiento de la horticultura”. Las declaraciones que emanaban de la Interprofesional han encontrado pronto la respuesta de ECOHAL, desde donde consideran que “la reacción de HORTYFRUTA es desproporcionada y dictatorial”. Aunque dejan claro que respetan la libertad de expresión de la orga-

nización, discrepan en el contenido de las acusaciones que se vierten contra ellos. Al respecto, mantienen que “se trata una vez más de hacer culpables abiertamente a ECOHAL”. Esta respuesta dada por la Interprofesional, matizan desde la asociación de comercializadores, “es una prueba más de cómo funciona esta organización, sometida a intereses concretos de determinadas asociaciones y personas”.

Desde ECOHAL se argumenta su acción haciendo alusión a la norma suprema. “Sólo hemos ejercido un derecho fundamental recogido en el artículo 24 de la Constitución”. A esta organización le llama la atención que la respuesta en los medios de comunicación tras la admisión a trámite del recurso contencioso administrativo llegue por parte de HORTYFRUTA cuando “lo lógico es que las valoraciones por la interposición de los recursos hubiesen partido de la Administración autonómica, autora de los decretos recurridos”.

ECOHAL: “Si HORTYFRUTA representa el 80% del comercio no le debe preocupar el 20% restante”

La Interprofesional asegura en un comunicado que representan el 80% de la comercialización hortofrutícola. Ante esta afirmación, desde ECOHAL le piden que tenga tranquilidad, pues “si cuentan con tal representación en la comercialización hor-

tofrutícola no deberían preocuparse por lo que diga el 20% restante”. Sobre ello, añaden que “tal vez el fondo del asunto es que realmente en la Interprofesional no está ni el 80, ni el 70, ni el 60, ni tampoco el 50% de las empresas de comercializa-

ción de frutas y hortalizas de Andalucía”. Por este motivo, invitan desde ECOHAL a la Interprofesional a “analizar el porqué de su poca representatividad y eficacia y determinar por qué otras organizaciones prefieren estar fuera”.

TUTA absoluta

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

¡SOLUCIÓN ABSOLUTA!



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.


Agrobío

APOYO AL SECTOR

Nueva línea de financiación de Cajamar para los agricultores

■ CIA

Cajamar ha creado una nueva línea de financiación dirigida a modernizar estructuras y equipamiento de invernaderos con el fin de contribuir a la mejora de la productividad y de la calidad de la producción agrícola. Las condiciones para el agricultor son preferentes. Se financia hasta el 100% de la inversión a un tipo de interés de euríbor a un año más el 0,50, con la posibilidad de adaptar el pago del préstamo a los periodos en los que se obtengan ingresos. Las garantías podrán ser hipotecaria o personal con plazos de amortización de hasta 15 años o hasta 6 años, respectivamente.

El propósito de esta línea es instalar, adecuar y actualizar las construcciones de invernadero, los sistemas, controladores y sensores de riego, los mecanismos que regulan el clima interior o los sistemas de recogida de agua de lluvia y de ahorro de agua, entre otros aspectos.

AYUDAS DE LA PAC

La Junta pide a la Comisión que anticipe subvenciones

■ J. E. R.

En la Junta de Andalucía lo tienen todo listo para que la Comisión Europea autorice la concesión de anticipos de las ayudas de la Política Agraria Común. La Consejería de Agricultura y Pesca solicitará a Bruselas, “de forma inmediata”, indicó la titular del ramo, Clara Aguilera, el anticipo del 70% de las ayudas de Pago Único para apoyar a los agricultores y ganaderos en la actual coyuntura económica. “Esta medida supondría transferir al campo andaluz unos 800 millones de euros, que recibirían los productores en la segunda quincena de octubre, es decir, dos meses antes de la fecha establecida por la normativa comunitaria”, apuntó Aguilera.

PREVISIONES EN MELÓN Y SANDÍA

El sector apuesta por la calidad para contrarrestar el retraso de la campaña

EL TEMPORAL HA PROVOCADO QUE BAJE LA SUPERFICIE DE CULTIVO AL AIRE LIBRE EN OTRAS ZONAS DE PRODUCCIÓN NACIONAL

■ José Esteban Ruiz

El retraso de la campaña de primavera como consecuencia del temporal del inicio de año es un inconveniente para el sector en su conjunto, ya que limita el periodo de ventas. No obstante, tanto productores como comercializadores son optimistas y han intensificado su labor para ofrecer el mejor producto a sus clientes. Para procurar que el consumidor pida el melón y sandía que se cultiva en Almería, desde las distintas organizaciones están lanzando un mensaje contundente: ‘hay que poner en el mercado una fruta en su grado óptimo de maduración’. Por ello, más que nunca, han hecho un llamamiento al agricultor para que no corte en verde y al comercializador para que controle ese producto y evite enviarlo al mercado. Además, COAG ha exigido que se aumente el número de inspectores de la Delegación de Agricultura y Pesca en las empresas hortofrutícolas con el fin



■ Las previsiones tanto en melón como sandía advierten un descenso en la producción. / FHALMERÍA

de depurar aún más la calidad de los productos que posteriormente serán consumidos en destino. Esta organización ha advertido durante la presente campaña un descenso en la vigilancia por parte de la Junta.

La Interprofesional Andaluza, en un estudio realizado en los diferentes mercados de destino, ha observado que lo que prima en el consumidor final a la hora de

comprar este tipo de frutas es el sabor. Por ello, y con el objetivo de diferenciar claramente la calidad que procede de Almería, han difundido entre el sector las cualidades que aprecian en el melón y la sandía. Sin duda, como apunta Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, “es muy importante que el producto de Almería cuente con una exhaustiva diferenciación en destino, sobre

todo con aquellas que llegan de Sudamérica”. Góngora considera primordial que ambos productos se distingan en los lineales, “para que el consumidor aprecie su procedencia, y por tanto, tenga la posibilidad de comparar ambas frutas y de esta forma, que el sector almeriense pueda lograr el objetivo que persigue con la rigurosidad en el proceso de recolección”.

COMPETITIVIDAD

Agricultura anuncia un aumento de las ayudas para fomentar la concentración de la oferta

■ J. E. R.

En la última reunión que mantuvieron Clara Aguilera, consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, y Josep Puxeu, secretario de Estado de Medio Rural y Agua, para consensuar acciones que determinarán el futuro plan de modernización de invernaderos, la responsable andaluza anunció que “este plan de modernización no sólo se limitará a la reestructuración de la producción, sino que también se llevarán a cabo medidas en el ámbito de la comercialización”. De esta forma, mantienen desde la Consejería de Agricultura y Pesca que se reforzará la dotación económica de la orden que fomenta la concentración de la oferta. Al respecto, Clara Aguilera



■ Josep Puxeu y Clara Aguilera. / FHALMERÍA

afirmó que “si por una parte modernizamos y hacemos más eficiente la producción y conseguimos superar la media de 15 kilogramos por metro cuadrado de invernadero y por otra parte fo-

mentamos un proceso de redimensionamiento de las comercializadoras, conseguiremos que el sector hortofrutícola andaluz lidere la oferta internacional”. Una idea sobre la que el sector alme-

riense trabaja y que adquiere un interés prioritario para ser más competitivos.

Los grandes beneficiados, como apuntó Aguilera, serán “los productores hortofrutícolas de Almería y Granada, donde los cultivos bajo abrigo son los más representativos por superficie ocupada y por volumen de producción”. El plan de modernización, aún en su fase de diseño, desarrollará una serie de medidas económicas y de incorporación tecnológica para renovar las estructuras y conseguir reducir costes en el cultivo de frutas y hortalizas y aumentar la productividad. Uno de los fundamentos del programa de modernización contempla la incorporación de energías renovables, como la energía solar o la generación.

“

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

CARA A CARA

“El gran reto que debemos asumir es el aumento de la productividad”

■ José Esteban Ruiz

-Pronto cumplirá tres meses como director de la Estación Experimental de la Fundación Cajamar. ¿Qué balance hace de esta primera toma de contacto?

-En primer lugar, en este tiempo he conocido a fondo todo el trabajo que se ha estado desarrollado en el centro en los 35 años que lleva funcionando y, especialmente, los trabajos que hay en marcha. Para mí es un reto asumir esta responsabilidad por todos los logros conseguidos por esta institución, el apoyo que ofrece al sector hortofrutícolas y, también, porque está bien mirar al pasado pero lo importante es centrarnos en el presente y, sobre todo, en el futuro. Al sector le quedan grandes retos por delante que tenemos que resolver. Por ello, diseñamos nuevos proyectos de investigación y, sobre todo, procuramos que todo nuestro trabajo sea conocido por el sector por lo que estamos fomentando la visita de agricultores al centro experimental.

-¿Cuáles son los grandes retos a los que se refiere?

-Hay un gran reto que englobaría al resto. Tenemos que aumentar la productividad de los invernaderos. Hay que conseguir más kilos por unidad de superficie y, además, productos de mayor calidad. Para incrementar la producción debemos trabajar en distintas líneas. Por un lado, en el control del clima mejorando la ventilación y mejorando la calefacción. En Almería su utilización es mínima y sería necesario incrementar su implantación. A su vez, estamos estudiando cómo nos podemos deshacer de los residuos, para lo que estamos utilizando la calefacción por biomasa. Otra línea de trabajo se centra en las prácticas culturales. Intentamos que se unifique el manejo de un mismo cultivo para obtener el máximo rendimiento, probando diferentes prácticas. Por otra parte, debemos avanzar en la lucha biológica en productos diferentes al pimiento, en los que estamos inmersos, aunque la evolución en los últimos años ha sido considerable, sobre todo en pimiento.

-¿Por qué no se ha avanzado en la productividad?



■ Roberto García Torrente en las instalaciones de la Estación Experimental. / FHALMERIA

-Bueno, se han registrado varios avances, en algunos casos importantes, sobre todo cuando se introdujeron las semillas híbridas y el riego por goteo. Pero desde entonces, es cierto que la productividad no ha aumentado, quedándose estancada durante mucho tiempo. Los avances que se conseguían por una vía, se perdían por otra. En Almería, lo que ocurre es que hay una gran heterogeneidad. Hay más de 13.000 agricultores, pero pocos de ellos están apostando por la innovación continuada. La mayoría se mantienen utilizando las mismas técnicas que hace 15 años. Parte de nuestra tarea reside en concienciar a los agricultores sobre los logros que se pueden alcanzar poniendo en prácticas los avances que se producen gracias a la labor en investigación.

-La consejera de Agricultura y Pesca se interesó por uno de sus proyectos de cara al futuro plan de modernización de estructuras que pondrá en marcha la Junta en colaboración con el Gobierno central. ¿Dé qué modelo estamos hablando?

-Es un nuevo modelo que hemos desarrollado en el centro que concentra el conocimiento acumulado durante muchos años.

ROBERTO GARCÍA TORRENTE

DIRECTOR DE LA ESTACIÓN EXPERIMENTAL DE LA FUNDACIÓN CAJAMAR

Esta estructura trata de dar respuesta a tres factores limitantes de la producción en Almería. Por un lado, se intenta maximizar la radiación que entra en el invernadero. Para ello, se ha dado una pendiente mayor a la cubierta, unos 30 grados frente a los 10 ó 12 grados que tienen normalmente los invernaderos en la provincia. El segundo objetivo es evitar el goteo de condensación dentro del invernadero y de esta forma minimizar las enfermedades. Si conseguimos recoger esa agua y evitar que no caiga sobre las plantas eliminamos muchos problemas. Con esa pendiente, recogemos el agua en las canaletas pluviales y no mojamos el invernadero. Finalmente, lo que hemos hecho es aumentar la ventilación con esa nueva estructura. La ventilación es el sistema más barato para actuar sobre el clima en el interior del invernadero. Con nuestra estructura, el aumento de temperatura en el mes de julio y sin blanquear fue de 2 grados, mientras que en cualquier invernadero puede aumentar entre 8 y 10 grados. Esto es un avance importante. Además es un invernadero con una altura considerable lo que la inercia térmica es mayor.

-¿Este tipo de estructura estaría al alcance del bolsillo de los agricultores?

-Por ahora es un prototipo y no se ha construido un invernadero comercial. Estamos pendientes de extrapolarlo al campo y cuantificar el coste. Creemos que la inversión será similar a la de un invernadero multitúnel, por tanto, consideramos que es asumible por el agricultor teniendo en cuenta el incremento de producción que tiene con respecto a un invernadero convencional. El coste hay que amortizarlo en 10 ó 12 años, entonces ese incremento en la inversión repartida no es tan grande en relación al aumento del volumen producido.

-Cajamar siempre apoya a los agricultores cuando se trata de invertir...

-Sí, claro. Además de la línea de ayudas que pondrá en marcha la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta y el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Cajamar siempre intenta buscar soluciones para el sector agrario. Hemos pensado que para el futuro se tienen que construir buenas estructuras y para ello, la entidad financiera ha sacado una línea de financiación preferencial que puede llegar a cubrir hasta el 100% de la inversión, con un tipo de interés muy bajo.



■ Dirige el centro 'Las Palmerillas'. / FHALMERIA

“Apostamos por mostrar lo que hacemos al agricultor”

-Ha comentado que parte del trabajo reside en la difusión del conocimiento. ¿Se interesan los agricultores por los proyectos que se desarrollan en el centro?

-Hasta hace unos meses este objetivo lo cumplíamos a través de los técnicos de las empresas comercializadoras y de

suministros. No obstante, decidimos que la difusión fuese más directa, y por tanto, recibir a los agricultores organizando visitas al centro. En los dos últimos meses hemos recibido a más de mil agricultores de Almería, Granada y Murcia. Para este año, esperamos cubrir las 6.000 visitas.

EN BREVE

**BERENJENA
MANTIENE**

En los últimos días, la berenjena sigue manteniendo sus precios, a pesar del aumento de producciones. Así, en primer lugar, las berenjenas largas cotizan a unos 0'23 euros el kilo, mientras que las rayadas incrementan esta cifra, y de qué manera, hasta alcanzar los 1'20 euros el kilo. Precios dispares, para el agricultor.

**PEPINO
BAJA**

Los pepinos, en todos sus tipos, caen de cotización. Así, primero hacer referencia al francés que en estos días se vende a unos 0'25 euros el kilo, mientras que el negro corto se sitúa en torno a los 0'33 euros. El tipo Almería, por su parte, alcanza un precio de apenas 0'32 euros en las subastas.



■ Pepinos. / FHALMERÍA

**CALABACÍN
MANTIENE**

Los calabacines, al igual que la berenjena, están manteniendo sus precios a pesar del aumento de sus producciones. De este modo, los convencionales cotizan a unos 0'34 euros el kilo, mientras que los calabacines gordos se venden a unos 0'27 euros.

**JUDÍA
BAJA**

Los precios de las judías, en todos sus tipos, han caído estos últimos días. Así, la strike está cotizando a unos 1'70 euros el kilo, mientras que la perona oscila entre el euro de la semi y los 1'33 euros de la roja. Y es que, la perona larga apenas alcanza en estos momentos los 1'25 euros el kilo.

**PIMIENTO
BAJA**

Los pimientos, tras varias semanas con precios al alza, han caído de cotización. El California rojo cotiza a 2'25 euros y el amarillo a 1'20 euros. El morrón oscila entre los 1'29 euros del verde y los 2'40 euros del rojo. El italiano rojo llega casi a los 2 euros y el verde se acerca al euro.

PRIMAVERA

Melón y sandía arrancan con precios por encima del euro

■ Elena Sánchez

La campaña de primavera con melón y sandía a la cabeza ha arrancado con buenos precios, ya que ambas frutas están superando el euro en sus cotizaciones. En este sentido, según ha informado Antonio Ruiz, comercial de Mur-

giverde, ha explicado que “en estos momentos está habiendo buena demanda tanto en melón como en sandía”.

El motivo es que “los problemas de calidad en las llegadas de melón de ultramar y el buen tiempo en Europa, que ayuda al consumo de estas frutas, están ayu-

dando a que las cadenas europeas dejen ultramar y se desplacen con la compra a Almería”. Asimismo, se espera que esta campaña de primavera sea buena para los agricultores y que los precios se mantengan al alza para que se pueda salvar si no todo el año, al menos una parte de él.



■ El melón Galia ha comenzado con buen pie este año. / FHALMERÍA

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, 1º Aguadulce • Roquetas de Mar 04720 • Almería • Tel: +34 950 346 404 • Fax: +34 950 349 030 • e-mail: jbono@anecoopalmeria.com



ANECOOP
think natural
www.anecoop.com

CASI

Seis candidatos optan a la presidencia de la Cooperativa Agrícola San Isidro

LAS ELECCIONES ESTÁN PREVISTAS PARA EL DÍA 22 DE MAYO. EL ACTUAL PRESIDENTE, JOSÉ MARÍA ANDÚJAR, OPTA A LA REELECCIÓN

■ Rafa Villegas

La Cooperativa Agrícola y Ganadera San Isidro está en proceso de renovación interna. Después de tan solo tres meses en el cargo y, sobre todo, debido a divergencias internas en el seno de la Junta Directiva, el actual presidente, José María Andújar, ha decidido convocar elecciones anticipadas.

Al cierre de este periódico, estaban confirmadas un total de seis candidaturas, que en la tarde del pasado 28 de abril se harían oficiales en el Consejo Rector. No obstante, a diferencia de en los anteriores comicios internos, en esta ocasión está previsto que se voten listas cerradas. De este modo, quedará totalmente claro el organigrama de todos los cargos desde el minuto uno.

Con ello, además, se va a intentar acabar de raíz con las disputas internas. Y es que en la úl-



■ José María Andújar, presidente saliente de la Cooperativa Agrícola y Ganadera San Isidro. / FHALMERÍA

tima Junta Rectora había una clara división entre los que pretendían seguir una línea continuista similar a la del anterior presidente, Francisco Belmonte, y quien, por el contrario, apoyaba a Andújar en la percepción de que es necesario realizar una serie de cambios importantes. Con estos, según el propio pre-

sidente saliente, se podría adaptar el funcionamiento de la cooperativa almeriense a la coyuntura actual, siempre pensando en la rentabilidad como uno de los objetivos principales.

Respecto al grupo de personas que acompañan en la lista al actual presidente, José María

Andújar ha destacado de ellos que se trata de “gente que está muy vinculada a la cooperativa, que aporta, desde hace muchos años, género a la comercializadora y se merecen el respeto de todos”.

A las elecciones de próximo día 22 de mayo están convocados para depositar su voto los

más de 1.400 socios que integran CASI, la mayor comercializadora de tomate del Viejo Continente Europeo. El resultado le dará razón a una línea continuista o más moderna, como la que presenta José María Andújar.

“NO HA HABIDO DIMISIÓN”

Cuando saltó a la luz pública que se habían convocado elecciones anticipadas en la Cooperativa Agrícola y Ganadera San Isidro, la noticia corrió como la pólvora y hubo quien se aventuró a asegurar que el presidente saliente había dimitido. Nada más lejos de la realidad, así, José María Andújar se vio obligado a desmentirlo y aseguró que “no ha habido dimisión del presidente ni de la Junta Directiva, lo que ha ocurrido es que hemos decidido anticipar las elecciones para elegir los nuevos cargos”.

En definitiva, los más de 1.400 socios de la cooperativa vivirán la misma situación que el pasado mes de enero, cuando el entonces presidente de la comercializadora, Francisco Belmonte, decidiera convocar elecciones anticipadas. No obstante, en esa ocasión, además de llamar al voto a los asociados, el máximo dirigente dimitió dejando paso a la última Junta Directiva que tan solo ha trabajado unida durante los últimos tres meses.

INTERNACIONALIZACIÓN

Savia Biotech emprende nuevos contactos con varias empresas latinoamericanas

■ R. V. A.

La Jornada de la Industria Auxiliar de la Agricultura, que tuvo lugar en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Aguadulce, ha sido muy fructífera para Savia Biotech, empresa de base tecnológica (EBT) de la provincia almeriense. Y es que, como han explicado desde la compañía, han “mantenido encuentros con diferentes sociedades”.

La EBT almeriense estuvo representada en la Jornada por su director comercial, Joaquín López, quien logró una importante toma de contacto con una empresa chilena. Se trata, concretamente, de Agropect, compañía que pertenece al sector agroalimentario.

Según han informado desde Savia Biotech, “los responsables de Agropect se han mostrado muy interesados por nuestra empresa, centrada a su vez en la internacionalización de nuestros servicios”, sin duda uno de los objetivos que se marcaron para los próximos años. De este modo, las dos empresas han acordado tener un nuevo encuentro dentro de unos días, además de elaborar un plan para poner en marcha proyectos en común.

Por otra parte, Savia Biotech también ha llevado a cabo un encuentro con otras cuatro empresas extranjeras, una de ellas mexicana. La cita fue en la Estación Experimental de Las Palmerillas de El Ejido, con el fin de crear nuevos contactos empresariales.

ACUERDOS

Philoseed España da un paso más con el apoyo de Hispatec

■ R. V. A.

Philoseed España, empresa almeriense filial de Philoseed Israel, ha alcanzado un importante acuerdo con el Grupo Hispatec para la implantación de un sistema informático propio que se adapta a la perfección a las mejoras tecnológicas introducidas en los procesos de elaboración de semillas y de productos biotecnológicos.

El objetivo principal de este acuerdo no es otro que desarrollar un soporte informático específico que se adapta a las necesidades productivas de esta empresa que tiene ubicada su sede en el Polígono de La Redonda, en el municipio ejidense.



■ Stand de Hispatec. / FHALMERÍA

Del mismo modo, el acuerdo le servirá a Philoseed España para potenciar la gestión de los diferentes procesos de producción para adaptarlos a

las necesidades actuales del mercado.

Desde Philoseed España han querido recordar que son “un referente en el sector de las semillas” y no sólo se dedican a comercializarlas, sino que, como han explicado, participan también “en el proceso de investigación y desarrollo de las mismas” e innova ofreciendo al agricultor una amplia línea de variedades de tomate. La investigación y el desarrollo de nuevas semillas para su cultivo se lleva a cabo junto a prestigiosos genetistas de la Universidad de Jerusalén.

La filial de Philoseed Israel distribuye sus productos biotecnológicos y hechos a partir de materias naturales a través de Philo Tec.

BUENA PLANIFICACIÓN

Grupo Agroponiente da comienzo a la campaña de primavera

VEGACañADA YA HA ENVIADO TANTO MELÓN COMO SANDÍA A SUS DIFERENTES MERCADOS Y AGROPONIENTE LO HARÁ DE INMEDIATO

■ Rafa Villegas

Una buena planificación es esencial para asegurar una buena aceptación del producto en el mercado. Es por ello que tanto Vegacañada como Agroponiente, ambas pertenecientes al Grupo Agroponiente, tenían muy claro desde hace meses cuándo comenzarían con el operativo de primavera.

Como ya hiciera en la campaña estival anterior, Vegacañada pretende volver a combinar la potente producción de melón y sandía con una continuidad en la producción de tomate, el que es, sin lugar a dudas, su producto estrella durante todo el año y que, gracias a la creciente capacidad de la empresa, ha cerrado el ciclo de doce meses al año.

Asimismo, Agroponiente, además de melón y sandía, mantendrá la comercialización de otros productos como el tomate, pimiento, pepino, berenjena, calabacín y judía. Así, la compañía logrará cumplir con el objetivo de contar con una cobertura completa de la producción durante los 365 días del año.

No obstante, ello no quiere decir que bajarán el listón de los productos estivales, como son el melón y la sandía que, con un amplio abanico de variedades,



■ Melones en Agroponiente la pasada campaña. /FHALMERÍA

alcanzarán decenas de destinos, tanto en España como en el Viejo Continente europeo.

VARIEDADES

El Grupo Agroponiente vuelve a apostar por las variedades que lo han consolidado en los diferentes mercados de destino de las frutas de primavera. Así, en melón, Vegacañada estará representada por el 'Dulce de Vega', en la variedad de melón negro, también conocida como piel de sapo. Agroponiente, por su parte, comercializará las variedades de melón negro, además de melón amarillo, Galia y Cantaloup.

Finalmente, en cuanto a la sandía, Vegacañada comercializará las variedades negra, tanto con como sin semillas, la rayada

Crimson, una blanca sin semillas, otra variedad de microsemillas, además de una Mini y, como miembro de la AGF, lógicamente también pondrá en el mercado la sandía Fashion, una sandía negra sin semillas y de gran sabor, que ya cuenta con un importante nicho de mercado en el panorama nacional e internacional.

Pese al retraso en el cuajado de melón y sandía, debidos principalmente a las continuas lluvias que afectaron a la provincia de Almería durante buena parte del otoño-invierno, se espera, o cuanto menos se tiene la esperanza, de que la campaña de primavera-verano sea positiva para todos. Ese es el deseo y por lo que todos lucharán. La campaña de primavera ha comenzado ya.

CON EL PRODUCTOR



■ Alhóndiga de Agrupaejido. /FHALMERÍA

Agrupaejido define las nuevas estrategias para ayudar a los agricultores

■ CIA

Como ya quedó manifiesta en la configuración del nuevo equipo directivo, de carácter ejecutivo, encabezado por el consejero delegado, Francisco Juárez, el viceconsejero delegado, José García y un nuevo director general, Ricardo García, la intención de la comercializadora almeriense Agrupaejido es definir nuevas estrategias para rentabilizar la actividad y que, de esta forma, puedan generar un mayor beneficio en los agricultores, más si cabe, en momentos de crisis como el actual.

Por ello, y sumando en su redefinición, acaban de firmar un acuerdo Price Waterhouse Coopers, "líder mundial en consultoría empresarial", valoran desde Agrupaejido. El objetivo, informan desde la comercializadora, "es el de optimizar los procesos de negocio de Agrupaejido e incrementar sus resultados, de cara a dotar a la empresa almeriense de mayor solidez empresarial, y así estar en mejor situación para ayudar a

los agricultores a superar la situación de crisis. Todo ello en un sector tan altamente competitivo como es el de los productos perecederos, y que tantas similitudes tiene en su faceta comercializadora con el sistema bursátil".

DEFINIENDO LÍNEAS

En este inicio de la colaboración, Price Waterhouse está realizando un informe de validación conjunto con Sinergi Group que concluirá con la definición de líneas estratégicas de la empresa hortofrutícola. Precisamente, esta entidad, ya ha mantenido relación laboral previa con la comercializadora. Según afirman, "en enero Sinergi Group presentó al equipo directivo su plan estratégico, en el cual ya están trabajando".

Con todo esto, Agrupaejido vuelve a demostrar, una vez más, que mima al máximo al agricultor, el primer engranaje de la larga cadena y del que depende, en gran medida, el éxito final.





TECNOPONIENTE®

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

"LIDERES EN CALIDAD"

Ctra. de Málaga km 411, Salida Autovía nº 411; tel: +34 950 58 30 54; www.tecnoponiente.com; mail tecnoponiente@tecnoponiente.com; 04710 Sta. Mª Águla - El Ejido - Almería

Comarcas

¿COMPETENCIAS?

Los mosquitos siguen a sus anchas mientras la Junta echa balones fuera



■ El Ayuntamiento sí está haciendo su labor. / FHALMERÍA

■ **Rafa Villegas**

Las competencias en el Paraje Natural de Punta Entinas, a no ser que mucho haya cambiado la cosa, han sido siempre de la Junta de Andalucía. Sin embargo, para el problema de los mosquitos, que se solucionaría con fumigar en Punta Entinas, como sí está haciendo a lo largo y ancho del resto del municipio el Ayuntamiento de El Ejido, la Institución andaluza ha decidido que eso no le compete.

Es más, el concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Jorge Viseras, asistió, junto a su homólogo roquetero, a una cita con el delegado del ramo en Almería. El problema es que éste nunca se presentó.

Para salir un poco del paso, la Subdelegación del Gobierno en Almería mandó una nota en la que afirmaban que “los ayuntamientos costeros son los responsables de mantener la limpieza y salubridad de sus playas”. El problema radica en que, al menos en El Ejido, esto se está llevando a cabo, donde no se está realizando la oportuna fumigación es en el Paraje Natural de Punta Entinas-Sabinar, en teoría competencia de la Junta de Andalucía.

CONTRADICCIONES

Por otra parte, la portavoz del Gobierno de El Ejido, Adela Cantón, (PAL) ha calificado de “increíble e impresentable” que la portavoz del Grupo Socialista ejidense, Guadalupe Fernán-

dez, dijera que “el Ayuntamiento debía tratar los mosquitos en el paraje Punta Entinas-Sabinar y que después le pasara la factura a la Junta de Andalucía”.

Para Cantón, “si el PSOE ha venido diciendo que las competencias son del Ayuntamiento no es lógico que nos digan ahora que le pasemos la factura de una actuación que nos compete, lo cual nos da a entender que es que la Junta no tiene dinero para hacer el tratamiento”.

Viseras, por su parte, ha asegurado que “el Ayuntamiento de El Ejido viene actuando en las zonas públicas del municipio, controlando eficazmente los focos de mosquitos que existen en dichas zonas”. No obstante, como no podía ser de otra manera, esta intervención no acaba con el problema, ya que el principal foco de estos molestos insectos continúa activo.

Es más, los ‘Ochlerotatus sp’, los mosquitos que más molestias están causando, pueden volar con viento en calma una media de siete kilómetros al día, por lo que el problema no se acaba nunca.

Lo que está claro es que, al hilo de la nota informativa enviada por la Subdelegación del Gobierno en Almería, como bien ha explicado Jorge Viseras, “las charcas de Punta Entinas no son playas ni lugares públicos para el baño”.

Mientras no se ponga fin a este problema, los vecinos de las localidades costeras continúan sufriendo muchos inconvenientes.

INUNDACIONES

El problema de la Balsa del Sapo podría tener pronto una solución gracias a la presión

EL MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO APOSTARÁ POR LLEVAR EL AGUA SOBRANTE AL MAR COMO LE EXIGEN

■ **R. V. A.**

Tras años de lucha de los vecinos de Las Norias, así como del Partido de Almería y el Partido Popular, parece que el problema de la Balsa del Sapo, el humedal del núcleo de población ejidense de Las Norias que ha inundado en repetidas ocasiones invernaderos e incluso edificios colindantes, podría tener su final. Y es que parece ser que por fin va a actuar el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) y se creará una infraestructura que desagüe el agua sobrante al mar.

Del mismo modo, recientemente mantuvieron una reunión miembros del Partido Socialista ejidense, con su secretario general, Manuel García Quero, a la cabeza, con el director de la

Agencia Andaluza del Agua, Juan Paniagua; el gerente del mismo organismo en Almería, José Manuel Merino; además de representantes de la Asociación Cañada Las Norias.

Así, como han apuntado desde el PSOE ejidense con una nota informativa, “durante la reunión se concluyó que, ante esta situación, la única actuación que pondrá fin al problema será la salida de las aguas hacia el mar por gravedad a través de un túnel”.

En este sentido, Paniagua fue el encargado de comunicar al resto de presentes en la reunión que “esta iniciativa se encuentra ya incluida entre las obras de la Junta de Andalucía en Almería catalogadas como prioritarias, que ya se han llevado a cabo las negociaciones oportunas con el MARM acerca de esta cuestión, y que se ha decidido que se realizará una inversión de unos 50 millones de euros para acometer esas obras”.

Del mismo modo, el director de la Agencia Andaluza del Agua

confirmó que, a pesar de haberse conseguido esos compromisos, mientras se llevan a cabo los trámites administrativos necesarios para poner en marcha las obras, “se continuarán realizando los bombeos habituales para aminorar las consecuencias de la subida del agua y, además, se llevarán a cabo obras de emergencia valoradas en 100.000 euros, destinadas al drenaje entre los diferentes embalses”.

AYUDAS AL AGRICULTOR

Por otra parte, el PP volverá a acudir al Parlamento. En esta ocasión para demandar la creación de una línea de ayudas para los agricultores que se vieron afectados por la crecida del nivel del agua en la Balsa del Sapo y, además, para que se mejoren los caminos rurales de la zona.

Para el candidato del PP en El Ejido, Francisco Góngora, sin embargo, “mientras el PSOE sigue haciéndose fotos, nadie gestiona e impulsa las obras del desagüe de la Balsa del Sapo”.

HOMENAJE

El Bulevar de Vícar contará con un Monumento a la Agricultura

■ **R. V. A.**

El conjunto monumental del Bulevar de Vícar se completará con un Monumento a la Agricultura, sector clave de la economía de este municipio del Poniente almeriense. El Ayuntamiento de la localidad ya ha sacado el proyecto a licitación, en procedimiento abierto, con un presupuesto base de liquidación de 575.000 euros. El plazo de ejecución será de cinco meses.

En concreto, el monumento homenaje se ubicará en la rotonda del Pescazo Frito, en la confluencia de la antigua Na-



■ Bulevar vicario. / FHALMERÍA

cional 340 con la carretera de Zamora, que une la Puebla de Vícar con Roquetas de Mar.

Para el alcalde de Vícar, Antonio Bonilla, “se trata de un

conjunto monumental en homenaje a la agricultura, principal fuente de riqueza de nuestro municipio y que, realizado en piedra natural y metal, combinará juegos de agua e iluminación”.

El monumento se desarrolla alrededor de una fuente circular rodeada de elementos representativos y singulares de la agricultura provincial, y presidida por unas esculturas en piedra natural que representa de forma realista y con ropa de trabajo al agricultor, poniendo de manifiesto el papel que han desarrollado en esta actividad. Ambas esculturas medirán cinco metros de altura y se combinarán con un invernadero de 7,5 metros de alto.

En la base de las esculturas y el invernadero se sitúan las hortalizas más representativas en distintos tonos de piedra natural.

Compromiso de Protección




GrupoTPM

Los Plásticos de Almería



SUCESOS

Detenido un apicultor por el robo de 250 colmenas

■ I. F. G.

La Guardia Civil detuvo el pasado 12 de abril a Bernabé G. F., de 39 años y vecino de Los Gallardos, como presunto autor de 6 delitos de robo y 2 faltas de hurto por la sustracción de unas 250 colmenas, con 12 panales o marcos cada una, en la zona del Bajo Andarax. Según indicaron desde el Ministerio de Interior en una nota, la detención fue el resultado de las investigaciones llevadas a cabo por la Guardia Civil en torno a un hecho ocurrido en una zona próxima a Garrucha y que, por medio de la investigación, los agentes pudieron conexionar con otros acaecidos en la comarca.

El detenido actuaría sustrayendo las colmenas y, tras pasar los insectos a otras de su propiedad, quemaba los marcos para deshacerse de ellos. La Guardia Civil pudo dar con el presunto autor de estos hechos tras constatar su modus operandi, que les condujo a pensar que la persona que cometía los hurtos debía ser un profesional de la apicultura y, a su vez, un buen conocedor de la zona.

ALTO ALMANZORA

La Junta destinará 20 millones de euros para la agroindustria

■ Elena Sánchez

El delegado provincial de Agricultura, Juan Deus, ha informado de que la Junta de Andalucía va a destinar alrededor de 20 millones de euros a la industria agroalimentaria del Alto Almanzora. Y es que, está previsto que entre 2009 y 2010, las empresas agroindustriales van a desarrollar proyectos que en su conjunto suponen una inversión de más de 60 millones de euros, de los que el 25-30 por ciento de

la inversión será aportada de por la Administración andaluza.

La comarca del Alto Almanzora se ha caracterizado históricamente por su potente sector cárnico y el del aceite. De hecho, en la zona hay registradas unas 70 industrias agroalimentarias, entre las que destacan las 25 dedicadas a la elaboración de embutidos y jamón serrano, doce almazaras, 4 bodegas y 14 empresas de conservas de hortalizas.

Por este motivo, el objetivo de

las ayudas, según Deus es “conseguir un sector más competitivo por medio de acciones de apoyo que aumenten la dimensión de las empresas, potencien la I+D+i, mejoren la comercialización y la calidad de los productos, aumenten su valor añadido y genere más y mejor empleo en nuestros territorios”.

EMPLEO

En la provincia de Almería operan 386 industrias agrarias, que generan unos 25.000 empleos. La mayor parte de estas empresas pertenecen a las frutas y hortalizas frescas; otras 81 son del sector de cárnicas; 34 del aceite; 15 de lácteas y otras 15, vinícolas. Además, en los últimos 20 años, las ayudas a la provincia en la agroindustria superan los 600 millones de euros.

ALBOX, ORIA Y TABERNO

Usan el almendro como forma de atracción turística

■ E. S. G.

Los ayuntamientos de Albox, Oria y Taberno han puesto en marcha un proyecto sobre la flor del almendro destinado a poner en valor los recursos existentes en torno al cultivo del almendro, así como complementar al modelo productivo tradicional y al tejido empresarial dependiente de la industria tanto del mármol como del transporte.

En este sentido, el alcalde del Ayuntamiento de Albox, José García, ha comentado que “uno de los retos que nos hemos impuesto es fortalecer y aumentar el empleo como horizonte. Además, la optimización de las nuevas tecnologías mejorarán la competitividad de los sectores implicados”.

CONSOLIDAR LA ZONA

El proyecto considera que, teniendo como una riqueza natural la existencia de floración del almendro, existen muchas posibilidades de consolidar la zona como un destino turístico diferenciado de calidad. Por este motivo, uno de los objetivos marca-

dos es establecer un modelo económico de sostenibilidad que pueda articularse a través de diversos mecanismos como el vivero de empresas, reciclando los ya existentes y formando a los nuevos agentes relacionados con el turismo.

Esta aspiración turística requiere una integración total de todos y cada uno de sus elementos. En concreto, el fenómeno de la floración del almendro, el paisaje singular o las riquezas de los manantiales. Así, el proyecto también contempla que estas alternativas tienen que ser proyectadas como un ‘todo’ a través de la creación de un Museo Etnológico o centros de interpretación.

VINALMANZORA

La bodega presenta el Didacus Syrah Barrica 2008



■ Presentación. / FHALMERÍA

■ E. S. G.

La bodega Viñalmanzora ha presentado en el Salón Internacional del Gourmet de Madrid el Didacus Syrah Barrica 2008. Se trata de un vino, según Diego Gea, gerente de la entidad, “que es un varietal cien por cien uva Syrah que ha estado durante un año en la sala de la crianza de la bodega tanto en roble como en botellas”.

Este vino ya ha obtenido la medalla de plata en el IX Concurso Internacional Bimilenario Bacchus 2010, que se celebró en Madrid del 12 al 16 de marzo. Además, esta bodega también consiguió con el Didacus Tempranillo Barrica 2007, el premio Mezquita de Plata en el XV Concurso Nacional de Vino celebrado en Córdoba, el único concurso que se celebra con carácter anual en Andalucía y uno de los más importantes de España.

JORNADAS EN VÉLEZ BLANCO

Critican que el Gobierno quiera derivar ayudas de la PAC a montes

■ Isabel Fernández

ASAJA-Almería organizó una jornada en Vélez Blanco en torno al futuro de la Política Agraria Común (PAC) en la que su presidente, Francisco Vargas, criticó la propuesta del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) para la próxima reforma de la PAC de conceder una ayuda de 100 euros por hectárea productiva, mientras que el resto de las aportaciones se destinarían al mantenimiento de montes públicos y zonas desfavorecidas.

Vargas lamentó que, de ponerse en marcha esta propuesta, Andalucía dejaría de percibir el 60%



■ En la jornada. / FHALMERÍA

de los 1.870 millones de euros anuales que ahora viene recibiendo. Algo que, su juicio, sería un “mazazo” para el medio rural andaluz y, en especial, para el almeriense, ya que traería consi-

go consecuencias tanto para el empleo agrario y la agroindustria como para toda la economía regional.

El presidente de ASAJA en la provincia apuntó que, de llevarse a cabo esta propuesta, desaparecerá un alto porcentaje de explotaciones agrarias y las que “sobrevivan” se verán obligadas a intensificar la actividad para garantizar su rentabilidad o, en su caso, a iniciar un proceso de deslocalización hacia países con costes de producción más baratos. Por otro lado, en otras ponencias se analizaron aspectos como qué sectores se incorporan este año al Pago Único o los cambios existentes en las ayudas ganaderas.

NUEVOS AVANCES

Casi 18 millones para unir la desaladora de Carboneras con el Levante provincial

■ I. F. G.

La Sociedad Estatal de Aguas de las Cuencas Mediterráneas (ACUAMED) publicó a principios de abril la convocatoria para adjudicar el contrato para la ejecución de las obras de conexión de los depósitos del Levante almeriense con la conducción de la desaladora de Carboneras al Valle del Almanzora, incluidas en la actuación para la conexión de la presa de Cuevas del Almanzora con la comarca del Poniente provincial.

El presupuesto para esta intervención es de 17'9 millones de euros y de ella se beneficiarán quince términos municipales que se encuentran en su área de influencia, como son Carboneras, Mojácar, Garrucha, Turre, Los Gallardos, Bédar, Antas, Vera, Cuevas del Almanzora, Huércal-Overa, Pulpí, Taberno, Zurgena, Arboleas y Albox. Esta obra permitirá la puesta a pleno rendimiento de la desaladora y esta conexión con el fin de garantizar el suministro de agua para riego y abastecimiento.

Expo Levante Níjar 2010

CONSOLIDACIÓN

La feria nijareña recibe más visitantes en esta edición

EL ÉXITO CONSEGUIDO CON LA UNIÓN DEL SECTOR AGRARIO Y LA CAZA HA FACILITADO QUE NÍJAR CAZA VUELE SOLA EN 2011

■ Elena Sánchez

El balance de Expo Levante y Níjar Caza confirma una edición más que exitosa para ambas, la primera porque ha conseguido consolidarse en un sector agrícola almeriense que necesita mejorar muchos aspectos; y la segunda porque, a pesar de haber sido la primera edición, la afluencia ha sido máxima.

Al término del evento desde la organización confirmaban que Ní-

jar Caza continuará en solitario el próximo año. José Requena, concejal de Agricultura del Ayuntamiento de Níjar, afirmó que “hemos superado el número de visitas en Expo Levante con respecto a la edición anterior. Además, antes de comenzar este evento, el objetivo era que el agricultor tuviera un peso importante en la feria y se mezclara con las empresas que realmente tienen algo que aportar a los productores del campo, algo que hemos conseguido sin duda, ya que muchas de las entidades que han expuesto estos días en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Campohermoso han logrado cerrar acuerdos importantes”. De hecho, Requena resume el balance de la fe-

ria argumentando que “Expo Levante ha tenido un gran resultado, ya que hemos mejorado la calidad y el nivel del evento en cuanto a profesionalización”. Palabras similares las que ha empleado para referirse a la primera edición de Níjar Caza, “ya que ha tenido mucho éxito, el público ha disfrutado con las exposiciones de los perros que hemos traído. Hay que recordar que hemos contado en estos días con los mejores criaderos de España, así como con los perros campeones de España de cada una de las razas”. Entre los expositores de Expo Levante se encontraba un alto número de empresas almerienses que dedican su labor a estar en contacto directo con los agricultores.



■ Lleno absoluto en el recinto de Campohermoso. / FHALMERIA



La peor plaga para el campo es la falta de información.

Saber en todo momento cuál es el problema y en qué consiste la solución ideal resulta imprescindible para defender, eficazmente, tus cultivos de las plagas que les atacan. Koppert pone a tu disposición todo su conocimiento acumulado durante más de 40 años de éxitos luchando frente a insectos, ácaros y otras posibles amenazas. El conocimiento es el arma más eficaz contra las plagas del campo, y Koppert es todo lo que necesitas conocer.

KOPPERT

Todo lo que necesitas conocer

www.koppert.com

EN IMÁGENES



Agrupalmería .- El equipo de Coprohniar, con Miguel Pérez en un primer plano, haciendo gestiones comerciales.



Rijk Zwaan con los agricultores de la Comarca de Níjar.- La casa de semillas mostró durante su participación en Expo Levante su nuevo catálogo de variedades de tomate para la próxima campaña.



Philoseed España .- La filial de Philoseed Israel acudió a Campohermoso con su potencial de semillas de tomate.



Tecnoponiente .- La empresa almeriense llevó hasta Campohermoso las tendencias tecnológicas en la construcción de invernaderos



Cooperativa Agrícola San Isidro (CASI).- Un punto de encuentro para sus agricultores.



Ramiro Arnedo.- Su apuesta por la innovación quedó de manifiesto con su participación en Expo Levante 2010.



Cajamar .- La entidad almeriense presentó su nuevo producto financiero para apoyar la iniciativa emprendedora del agricultor en lo que se refiere a la modernización de estructuras invernadas.



Ayuntamiento de Níjar.- Dando la bienvenida al recinto de exposición se situó el stand de la organización del evento.



Top Seed Ekologic Ibérica .- La oferta más natural ocupó su espacio en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Campohermoso.



Grupo Agroponiente.- Vegacañada y Agroponiente, empresas del grupo, premiaron la confianza que en ellas deposita el agricultor.

UNA FERIA MUY DINÁMICA

Cuatro intensos días con actividades, concursos, jornadas y conferencias

J. E. R.

La X edición de Expo Levante y la I de Níjar Caza, dos eventos fundidos en uno, consolidando la muestra en el municipio como una feria de peso y referencia provincial y regional, hicieron bien sus deberes. Ha sido la primera exposición cinegética que se celebra en la provincia de Almería, y a la cual no ha podido faltar la participación de la Federación Andaluza de Caza. Manifiesto quedó el esfuerzo de la organización por sacar adelante un evento como Expo Levante en estos tiempos de crisis. Sus resultados han avalado la apuesta del Ayuntamiento por celebrar, nuevamente, el próximo año, la exposición de caza, y al siguiente, es decir en 2012, la muestra agraria, tal y como estaba previsto.

La feria contó con un presupuesto de 200.000 euros. Antonio Jesús Rodríguez, alcalde de Níjar, mantuvo en la inauguración su agradecimiento a los participantes. Así, daba las "gracias" a las empresas colaboradoras y las que participaron activamente con un expositor, en total más de 200, "porque la celebración del evento no ha supuesto pérdidas para las arcas municipales, algo que en estos momentos es de agradecer". Juan Deus, delegado provincial de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, muy presente durante el desarrollo de la feria, destacó el hecho de que se celebrase un evento de tales dimensiones en el municipio de Níjar, puesto que "han sido capaces de absorber la superficie de cultivo que se ha ido perdiendo en el Poniente almeriense, manteniendo, por tanto, las hectáreas que se cultivan bajo plástico".

El delegado resaltó por encima de todo el espíritu de los nijareños en cuanto a su apuesta por métodos más respetuosos con el medio ambiente y que a su vez garantizaran la seguridad alimentaria. Así, afirmó que "no debemos obviar que los pioneros en la aplicación del control biológico en Andalucía, y en concreto en los productos hortícolas, han sido la gente de Níjar". Al igual que estas técnicas de control de plagas, también tiene especial relevancia el agua, "algo que era un problema hace tiempo y que ahora está solucionado".

Ambos asuntos se recogieron en distintas jornadas paralelas que se celebraron durante los cuatro días de la feria. Además de las

conferencias, también se llevaron a cabo diversas degustaciones protagonizadas por los productos de la tierra, así como exhibiciones de cetrería, rehalas y demás actividades relacionadas con el depor-

te de la caza, además de diversos concursos.

Este año ha sido la primera vez que participaban con un expositor propio varias consejerías de la Junta de Andalucía.



■ La caza complementó la última edición del evento. / FHALMERIA

ExpoLevante Níjar2010 y NíjarCaza

DEL 7 AL 10 DE ABRIL

**A los expositores, a los colaboradores de la
organización y al público asistente...
¡MUCHAS GRACIAS!**

**por contribuir al gran éxito de la X
ExpoLevante Níjar 2010 y la I NijarCaza**



Ayuntamiento de Níjar

Concejalía de Agricultura y Medio Ambiente

EN IMÁGENES



El producto estrella de la Comarca de Níjar .- Entre los expositores se notó las alusiones al tomate, cultivo por excelencia de la zona.



Grupo Viagro.- Los visitantes encuentran en los expositores un lugar ideal para entablar conversaciones sobre la actividad agraria.



Novedades.- Aunque Zeta Seeds mostró al agricultor todos sus catálogos, destacó por encima del resto, el referente a sus variedades de tomate.



Apostando por la producción integrada.- Biomip Biological Quality en Expo Levante 2010.



Coprohñijar .- La comercializadora nijareña fue objeto de los elogios de Juan Deus, delegado provincial de Agricultura y Pesca, por su apuesta por la agricultura ecológica y su constancia para conseguir sus propósitos.



Variedad .- Campohermoso acogió en su palacio de exposiciones a un buen número de empresas dedicadas a la comercialización de semillas.



Semilleros El Plantel .- Gemma Avellaneda, Almudena Torres, Cristina Pozo y Eva Ramos, en el expositor de la empresa.



Koppert.- La multinacional mostró todas sus soluciones biológicas en la feria nijareña.



Los expositores vistieron sus mejores galas para recibir a sus clientes .- Vanesa y María Dolores de Biosabor.



De la Tierra .- SAT Costa de Níjar no podía faltar en el gran evento que se celebró en su municipio.

Especial Pimiento

PIMIENTO DE ALMERÍA

Espectáculo de **color**



Imagen: VARIEDADES DE RIJK ZWAAN

PIMIENTO IDEAL:

- ✓ Duro
- ✓ Carnoso
- ✓ Resistente
- ✓ Atractivo
- ✓ Tolerante a frío y calor
- ✓ Regular-cuadrado
- ✓ Tamaño medio
- ✓ Productivo
- ✓ De largo recorrido

IMPORTANCIA de esta hortaliza:

ES EL BUQUE INSIGNIA DE LA
AGRICULTURA ALMERIENSE Y
SE CULTIVA EN MUY
DIFERENTES VARIEDADES

MERCADOS

El pimiento es el producto que aporta un mayor valor a las exportaciones de Almería

ESTE PRODUCTO SIGUE SIENDO UNO DE LOS MÁS DEMANDADOS, TANTO QUE, HACE UN AÑO, INCREMENTÓ SUS VENTAS CASI UN 3%

■ Isabel Fernández

El pimiento se ha convertido en el producto que aporta un mayor valor al conjunto de la exportaciones almerienses, seguido de tomate y pepino. Así se desprende del último Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería 2008/2009 de la Fundación Cajamar, que recoge, de hecho, que sus exportaciones se incrementaron un 2'8% en la última campaña. El pimiento vuelve así a posicionarse como la hortaliza emblema de la provincia almeriense y ha vuelto a encontrar en Alemania su principal cliente.

El mercado alemán sigue encabezando, en general, la lista de clientes de Almería y, entre los productos demandados, el pimiento 'se lleva la palma'. El trabajo realizado campañas atrás se ha visto ya recompensado y los grandes mercados comunitarios, entre ellos el germano, han vuelto a encontrar en Almería su principal proveedor de esta hortaliza. Además, y junto al incremento de los volúmenes exportados, también los ingresos del pimiento aumentaron durante la campaña 2008/2009. Así, según recoge el análisis de Cajamar, el valor de

las ventas al exterior de esta hortaliza creció un 35'3%, pasando de 341.567.000 euros en 2007/2008 a 462.129.000 euros durante el pasado año agrícola.

Pero la calidad del pimiento almeriense no sólo deslumbra a los alemanes. Francia, Holanda o el Reino Unido son otros de los clientes de la provincia. Todos ellos, por norma general, son grandes consumidores de pimiento California, fundamentalmente rojo, pero, poco a poco, van decantándose por el flow pack tricolor. Sólo en el sur de Francia se consume algo de pimiento lamuyo, al igual que en España.

Éstos son los mercados fundamentales de esta hortaliza. Sin embargo, el pimiento almeriense es demandado por toda la Unión Europea (UE). Tanto es así que, incluso, los países más al Este del Viejo Continente también demandan esta hortaliza, aunque con algunas diferencias. Así, por ejemplo, en países como Polonia, las cadenas de distribución se decantan más por el California verde, a ser posible, en calibres grandes, a diferencia de el Reino Unido, donde priman los calibres pequeños.

En lo que respecta a la importancia de estos mercados, según el informe de Cajamar, destinos como Polonia o la República Checa van aumentando su interés por las producciones provinciales. Así, en el caso del primer país, durante la campaña pasada, incre-



■ El pimiento California es la 'estrella' para exportación. / FHALMERÍA

mentó sus importaciones, en general, desde Almería en más de un 15%, mientras que las ventas en la República Checa crecieron más de un 17%.

Por último, y pese a que el 80% del pimiento almeriense se destina a exportación, el mercado nacional también cuenta para este producto, aunque, eso sí, uno y otro destino difieren en el tipo de pimiento que demandan. De este modo, mientras alemanes o ingleses se decantan por el tipo California, los españoles prefieren el pimiento tipo lamuyo o, en su caso, el italiano.



■ El pimiento italiano se queda en el mercado nacional. / FHALMERÍA

COMPETENCIA

Marruecos, Israel y Turquía incrementaron sus ventas en la UE en la pasada campaña

■ I. F. G.

El pimiento almeriense logró incrementar sus exportaciones a la Unión Europea (UE) durante la pasada campaña, pero no fue el único. Países como Marruecos, Israel y Turquía, claros competidores de la provincia, también aumentaron sus ventas dentro de las fronteras comunitarias, poniendo trabas, de este modo, a la comercialización almeriense. En este sentido, según el último Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería 2008/2009 de la Fundación Cajamar, estos países se si-



■ El pimiento israelí llega al mercado alemán. / FHALMERÍA

tuaron como los principales proveedores extracomunitarios de pimiento y, no sólo eso, esta posición es fruto de un trabajo de años. Y es que, progresivamente, su presencia en los Veintisiete se ha ido haciendo notar y, con ella, en el sector almeriense.

Así, Israel es, hoy por hoy, el principal competidor de Almería en pimiento y, de hecho, durante la campaña pasada incrementó sus exportaciones a la UE en más de un 30%, pasando de 85.395 toneladas en 2007/2008 a 111.557 toneladas hace un año. Éste fue el incremento más abultado, aunque

también Turquía, con casi un 13%, y Marruecos, con un 4%, engrosaron sus volúmenes exportados a la UE.

Los ciclos productivos de estos países, debido a sus condiciones climáticas, son muy similares a los de Almería y, claro está, sus producciones coinciden en el tiempo, haciendo bajar los precios de la hortaliza provincial. A lo largo de la campaña suelen ser varios los episodios en los que la entrada en el mercado comunitario de una cantidad no habitual de pimiento de estos terceros países incide sobre las cotizaciones del producto almeriense, dando lugar, en ocasiones, a campañas en las que el precio medio del pimiento no es el esperado. Aún así, Almería sigue siendo el origen preferido por las cadenas europeas para comprar pimiento.

TENDENCIAS

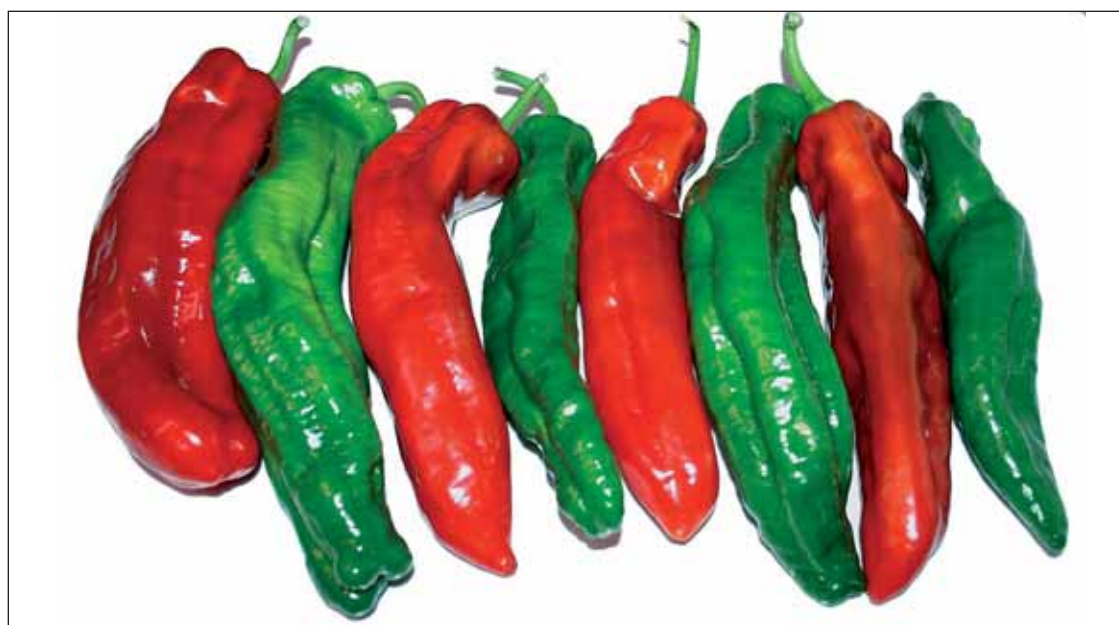
Los españoles siguen siendo fieles al consumo de pimiento italiano

LA DEMANDA DE ESTE TIPO DE PIMIENTO SE HA CONSOLIDADO EN EL MERCADO NACIONAL JUNTO CON EL LAMUYO VERDE Y ROJO

■ Elena Sánchez

Los consumidores españoles siguen siendo fieles a dos variedades de pimiento en concreto. Por un lado está el pimiento italiano, un producto que por sus características y forma es muy demandado en el mercado nacional, sobre todo por las amas de casa que tienen sus preferencias a la hora de cocinar un producto concreto. Por este motivo es por el que los pimientos italianos suelen tener un buen precio a lo largo de la campaña. Cuentan con una demanda fija y fiel que les lleva a sacar un alto número de kilos cada año.

Algo parecido es lo que le ocurre al pimiento morrón o lamuyo



■ Los italianos son pimientos típicos dentro de la demanda del consumidor nacional. / FHALMERÍA

tanto en su color verde como en rojo. Son pimientos muy estables en el mercado nacional por su diversidad de formas a la hora de cocinar, por lo que el consumidor no pierde la confianza en este tipo de hortaliza.

Por otro lado, en cuanto a los pimientos California, aunque también cuenta con el mercado nacional, pero por su calibre y colorido son más demandados en los países europeos como Alemania, Italia, Países del Este, Inglaterra,

Austria, Holanda, etc. En esta ocasión, este pimiento gusta al consumidor europeo cuando tiene un calibre G y en sus tres colores. El mercado está cada vez más controlado y los comerciales conocen las preferencias de cada uno.

El California como opción al lamuyo

Por otro lado, los comerciales agrícolas siempre coinciden en una cosa. Y es que, el consumidor español suele buscar alternativas cuando el italiano y el lamuyo están altos de precio. En este sentido, la alternativa más buscada es la compra del pimiento California pero con un calibre doble G. El motivo es porque los consumidores españoles tienen una mayor preferencia de optar por tamaños grandes de pimientos para poder barajar más opciones a la hora de cocinar este tipo de hortaliza. Del mismo modo, la importancia que ocupa el mercado nacional en el pimiento se refleja cuando el consumidor baja su demanda, ya que inmediatamente esto se nota en el precio de salida de la hortaliza. Es una cadena que viene dándose muchos años.

Compas RZ

años siendo

indiscutible



FELIPE FERNÁNDEZ OCANA

“Me ha sorprendido la gran resistencia de Gallega en un invierno como éste”

“ESTE CALIFORNIA DE SYNGENTA DESTACA, ENTRE OTROS, POR SU GRAN PRODUCTIVIDAD Y LA AUSENCIA DE CRACKING EN EL FRUTO”

■ José Esteban Ruiz

-¿Qué tal le ha ido la variedad Gallega?

-Lo cierto es que tengo que hacer un buen balance general. Es una planta abierta que crece fuerte frente al frío. Requiere poca mano de obra. Es innecesario podarla, aunque eso depende de las preferencias del agricultor. Yo he optado por no podar y los resultados han sido buenos. Buena floración, excelente cuaje con el calor y su fruto es duro, por lo que tiene bastante duración en la fase de postosecha. Es una variedad muy productiva con un calibre uniforme. La mayoría de frutos tienen un calibre doble G. Además, me ha demostrado con esta experiencia que es muy resistente a todas las enfermedades a las que están expuestos los cultivos en los invernaderos de la zona.

-¿Es su primer año cultivándola?

-A gran escala ha sido el primer año que he cultivado Gallega. Antes de tomar esta decisión la he tenido en prueba, y la verdad, es que los resultados me convencieron.

-¿Cómo se comporta respecto



■ Felipe Fernández, agricultor de Las Norias, muestra la variedad Gallega. / FHALMERIA

a producción y concentración en los meses de invierno?

-Es una variedad muy productiva. La mayor parte de la producción se concentra en los meses de invierno, aunque mantiene un alto nivel durante todo el ciclo. En mi caso, la carga de fruto de la parte inferior de la planta la recolecté durante los meses de diciembre y enero, después hubo un pequeño parón y durante los meses de marzo y abril estoy recogiendo el pimiento de la parte de arriba. Siempre hablo en rojo. Al ser un trasplante tardío no resulta tan escalonado, es algo que ocurre

con todas las variedades. Pero en cuanto a kilos, estoy muy satisfecho con esta variedad de Syngenta.

-¿Qué opinión tiene de la planta?

-Me ha sorprendido, principalmente, su fortaleza. Con la mala climatología que hemos padecido en esta campaña de invierno, es necesario destacar los casi inexistentes problemas que he tenido en el cultivo. En los invernaderos, de forma general, debido a la humedad ha aumentado la presencia de bacterias y tengo que señalar que la planta han mantenido una raíz fuerte.

Apenas ha sufrido botrytis, para las adversidades acontecidas. Sin duda, es una planta muy resistente. Tampoco he observado síntomas de oídio. Además, va manteniendo de forma escalonada el cuaje.

-¿Cómo se comportan las plantas en relación al control integrado?

-Tiene un excelente comportamiento. Sus características ponen de manifiesto su adaptación a la utilización de fauna auxiliar para luchar contra las plagas. Mantiene la floración hasta el final. Llegado el mes de enero se observa presencia de flor. Lo

normal es que la planta pierda floración a final del mes de noviembre. Pues bien, Gallega, en diciembre, la mantiene. Esto hace que la instalación de la fauna auxiliar sea muy favorable, y por tanto, el resultado del objetivo que es evitar que las plagas dañen el cultivo, se cumple a la perfección.

-¿Cómo se comporta la variedad Gallega ante el cracking?

-Ante el cracking tiene un comportamiento ejemplar. Me ha sorprendido bastante. Siempre se dice que las variedades de Syngenta Seeds no resisten al cracking, pero mi experiencia con Gallega me dice que es todo lo contrario. La verdad es que esta casa de semillas ha dado con una variedad bastante buena. Con lo que ha llovido este invierno, que ha sido mucho, el fruto ha madurado bien, con un buen color rojo, ni se ha rajado, ni tampoco se ha rayado. Además, de cara al mes de marzo y abril, con el contraste de humedad, sol y calor, con el que suele aparecer micro cracking, con Gallega, nada de nada.

-¿Cumple sus necesidades en cuanto a tamaño, forma, color, a la hora de ponerla en el mercado?

-Cumple totalmente mis necesidades. Busco un pimiento gordo, de un calibre doble G. Gallega no tiene ningún estrío. Tiene algo de G pero es una planta que no da frutos pequeños en su parte intermedia como otras variedades. Es muy uniforme en su tamaño. Por otra parte, engorda fácilmente sin ayuda. En cuanto a su forma y color, es un pimiento cuadrado con un rojo atractivo. A mí, personalmente, es una variedad que me ha gustado mucho.

TRADICIÓN PIMENTERA

■ J. E. R.

El potencial almeriense en el cultivo de pimiento supone para el mercado un punto de referencia a la hora de buscar este producto. Las más de 7.000 hectáreas invernadas que se dedican año tras año a suministrar pimiento a los principales países europeos producen todo tipo de variedades, con una mayor presencia de los California. Este tipo de pimiento es el más demandado por los principales clientes de Almería. Alemania y Gran Bretaña son partidarios de pimientos pequeños, de calibre G en el caso de los últimos.

Muy de moda entre los consumidores europeos se ha puesto el formato flow pack. Una tendencia que ha incrementado en origen el cultivo de California

El California es el tipo de pimiento más cultivado en la provincia de Almería



■ Pimientos California cultivados en el Poniente almeriense. / FHALMERIA

amarillo, imprescindible para completar el tricolor, junto a rojo y verde. Como el resto de variedades, la producción de pimiento se concentra principalmente el Poniente almeriense.

Pero no sólo de Californias vive el pimentero almeriense. El lamuyo, muy demandado por el mercado nacional, o los distintos tipos de italianos, también crecen en los invernaderos e la provincia.

Como referencia, la zona de Almería se presta para llevar a cabo diferentes proyectos de investigación con el objetivo de obtener nuevas variedades. Por tanto, no sólo es un sector líder en producción y comercialización, sino que ofrece todas las posibilidades a las multinacionales para desarrollar nuevos productos.

Di adiós al cracking con **GALLEGA**.



syngenta.

Olvidate del cracking en tus trasplantes medios/tardíos con la variedad **Gallega**.
Uniformidad de fruto • Frutos de alta calidad sin cracking
Predominio de los calibres GG y G • HR a PVY: 0, 1, 2 / Tm:3 e IR a TSWV:P0

www.pepperstoday.com

www.sg-vegetables.com

NOVEDADES

Rijk Zwaan presenta variedades más vigorosas y de trasplante temprano

SUS NOMBRES SON SOULERIA RZ, ACORDE RZ, FUSSION RZ Y ORQUESTA RZ Y ESTÁN DENTRO DE LA FAMILIA DE LOS CALIFORNIA

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Rijk Zwaan ha presentado cuatro nuevas variedades de pimiento California, dos tipo rojo y otras dos tipo amarillo. Así, a la variedad ya conocida como Compas RZ, material más escogido por los agricultores en los últimos años por su facilidad de cuaje y largo recorrido, el catálogo del tipo rojo se ha completado con Souleria RZ y Acorde RZ. Según ha explicado José Luis Ruipérez, jefe de Crop Specialist de pimiento de Rijk Zwaan, “estas variedades son más vigorosas y podemos trasplantar más tarde. Además, son idóneas para aquellos agricultores que buscan una planta más vegetativa”. Con esto, cabe señalar que tanto Souleria RZ como Acorde RZ, son idóneos para trasplantes del mes de Julio, para la zona del poniente de Almería, y para el mes de Junio en la zona de Berja y Dalías.

CALIFORNIA AMARILLO

Por otro lado, las otras dos nuevas variedades, Fussion RZ y Orquesta RZ Son variedades de calibre G y GG y la próxima



■ Orquesta RZ es una de las nuevas variedades que la casa de semillas ha presentado. / RZ

campaña ya estarán a disposición del mercado.

Como ha informado Ruipérez, la primera de ellas, Fussion RZ, se caracteriza por ser idónea para trasplantes tempranos, es decir, de junio y hasta mediados de julio; mientras que la segunda variedad, Orquesta RZ, es un material para trasplante de primeros de julio hasta finales”.

Asimismo, otra característica destacada de estos nuevos pro-

ductos es que “cuentan con un color atractivo, amarillo pálido, y una longevidad postcosecha muy alta tanto en planta como una vez recolectado”.

SEMILLAS PRODUCTIVAS

Otro de los objetivos que tiene marcado la casa de semillas en la provincia almeriense para los próximos años es la obtención de variedades que sean más producti-

vas y que a su vez contengan una alta calidad. Al respecto, el jefe de producto de pimiento de Rijk Zwaan, José Luis Ruipérez, ha argumentado que “cada vez estamos consiguiendo más variedades que den un ciclo productivo más largo y que nos lleven a incrementar la producción por metro cuadrado del agricultor”. Las variedades que tienen éxito, son aquellas que aúnan, las necesidades del consumidor, con las del agricultor, pro-

ducción con junto con la máxima calidad.

De hecho, Ruipérez ha añadido que “se está intentando alargar el ciclo para minimizar los costes, ya que los costes fijos en la explotación se incrementan si la plantación se acorta. Por ese motivo estamos buscando alargar ese ciclo para que las variedades estén más tiempo produciendo y, con ello, haríamos que esos costes fijos se minimizaran considerablemente”.

Un portainjerto para pimiento que lo protege de Phytophthora

■ E. S. G.

El uso del injerto en pimiento está siendo de gran interés para el agricultor para solventar problemas de suelo. De hecho, desde Rijk Zwaan se ha presentado un nuevo material de portainjerto para pimiento. Se conoce por el número 52-03 RZ, que se emplea sobre todo para solventar los problemas de Phytophthora, un hongo de suelo que afecta a las plantas. En este sentido, José Luis Ruipérez, ha explicado que “aunque aún hay poca cosa en la provincia de injerto en pimiento, nosotros estamos avanzando para lograr implantar esta técnica en Almería y evitar las enfermedades de suelo”.

ALTERNATIVAS

Pimientos ornamentales al gusto de decoradores y de cocineros

■ E. Sánchez

Los pimientos son muy conocidos en el ámbito de la cocina, ya que se consumen de diversas formas y los cocineros emplean esta hortaliza para acompañar a otro plato o para hacerlo plato principal. Sin embargo, el pimiento está tomando un nuevo uso más decorativo, ya que se han encontrado nuevas variedades de pimiento ornamental para adornar los jardines y alrededores de espacios verdes. De hecho, no hace mucho se dieron a conocer dos nuevos tipos, ‘Lil Pumpkin’ y ‘Pepper Jack’,

hortalizas ornamentales que han sido probadas extensivamente y crecen bien en medios naturales diversos. Son ideales como plantas de maceta y de arriate.

CARACTERÍSTICAS

Las plantas patentadas de ‘Lil’ Pumpkin’ producen follaje negro único y frutas de color naranja con una forma semejante a la de la calabaza. La planta ‘Pepper Jack’ tiene follaje de colores verde y negro y una variedad de fruta pequeña de colores naranja y negro y de forma de cono, similar a los

dulces de maíz. Asimismo, estas variedades están desarrolladas tanto para el mercado de plantas ornamentales como el mercado culinario. Y es que, los colores vivos de los pimientos y sus tamaños únicos proveen interés para los aficionados de las plantas ornamentales, y el sabor de estos pimientos podría complacer a los aficionados de pimientos picantes. De hecho, dentro de poco, los agricultores agregarán las hortalizas ornamentales a sus ciclos anuales de producción porque son plantas fáciles de producir y son muy rentables.



■ Nuevo pimiento ornamental de color naranja intenso. / USDA

ÚLTIMAS INVESTIGACIONES

Reducir los fertilizantes nitrogenados en agua y suelo para mejorar el cultivo

ESTUDIOS RECIENTES DEMUESTRAN QUE UN MANEJO ADECUADO DE LA FERTILIZACIÓN BAJA LA CONTAMINACIÓN EN EL SUBSUELO

■ CIA

Un elevado porcentaje del campo almeriense ha sido calificado como zona vulnerable a la contaminación por nitratos de origen agrario por la legislación comunitaria, lo que obliga al sector a adoptar medidas destinadas a reducir este tipo de contaminación. Estudios recientes han demostrado que un manejo adecuado del riego y de la fertilización nitrogenada basado en el control de la concentración final de NO₃ en la solución de suelo dentro de unos valores adecuados a las necesidades del cultivo, permite reducir la contaminación por nitratos en el subsuelo sin perjudicar al rendimiento ni a la calidad de



■ Ensayo con cultivo de pimiento. / IFAPA LA MOJONERA

la cosecha. Desde el Centro IFAPA La Mojonera (Almería) se está llevando a cabo un ensayo demostrativo, siguiendo las pautas del grupo de investigación del Departamento de Producción Ve-

getal de la Universidad de Almería liderado por Marisa Gallardo y Rodney Thompson, con objeto de facilitar a los técnicos de campo y agricultores un protocolo de actuación destinado a

reducir la acumulación de fertilizantes nitrogenados en el agua y el suelo y a mejorar la calidad de las cosechas. Este ensayo está encuadrado en el proyecto integrado de actividades de Transferencia de Tecnología y Formación al sector de la horticultura intensiva.

La metodología empleada consiste en el uso de sondas de succión combinado con el análisis reflectométrico "in situ" de la solución de suelo en cultivo de pimiento bajo invernadero de plástico, el cual se divide en dos sectores, manteniéndose una pauta de fertirrigación convencional en uno y en el otro reduciendo los formulados nitrogenados aportados hasta mantener los niveles de nitrógeno en suelo dentro de los rangos recomendados. El ensayo incluye la medición de parámetros de calidad de los frutos con objeto de observar la influencia de la optimización del fertirriego nitrogenado sobre ésta.

EN PROCESO

El injerto en pimiento está avanzando en la provincia

■ E. S. G.

Las casas de semillas junto con los centros de investigación están avanzando en nuevos modelos de portainjerto para implantar la técnica del injerto en la provincia almeriense. Aunque se emplea de manera habitual en tomate y sandía, el resto de productos hortícolas están comenzando ahora con el injerto. Así, en el caso del pimiento, gracias a que en estos años no ha tenido problemas fuertes de suelo, no ha habido necesidad de injertar, sin embargo, debido al calor y las nuevas enfermedades que aparecen cada año, poco a poco se va viendo la necesidad de usar el injerto en pimiento. De hecho, Rijk Zwaan ya ha presentado un modelo para el próximo año y que actúa de manera eficaz contra la Phytophthora, una enfermedad que perjudica al cultivo.

MILÁN F1

ELCESAR F1



"Nuestra tierra se lo merece".



SEMILLAS ALMERÍA®
www.semillasalmeria.com

HABLAN LOS EXPERTOS

El California continúa 'reinando' en el mercado europeo, que ahora se decanta por el flow pack

LA PREFERENCIA DE LOS AGRICULTORES POR LOS CALIBRES GORDOS PREOCUPA A LOS COMERCIALES, QUE NO LOS CREEN RENTABLES

■ Isabel Fernández

El pimiento California sigue siendo el más demandado por los grandes mercados europeos, como pueden ser Alemania o el Reino Unido y, entre sus colores, el rojo es el que 'se lleva la palma'. Aún así, los comerciales de la provincia apuntaron que, poco a poco, los clientes comunitarios se van decantando por el flow pack tricolor. Este tipo de envase está preparado para la comercialización de tres piezas que, en total, deben sumar unos 500 gramos y, precisamente, ahí es donde surge el problema.

Los directores comerciales afirmaron que los agricultores de la provincia siguen prefiriendo los calibres gordos (GG) frente a los medianos (G) y esto, a la larga, le resta rentabilidad a sus producciones. La importancia alcanzada por el flow pack está haciendo que éste se convierta en el envase más demandado y, en él, deben



■ La llegada del flow pack obliga a que los calibres no sean GG, sino G. / FHALMERÍA

entrar tres pimientos de, aproximadamente, 150 gramos cada uno. Y es que, todo lo que sobre del medio kilo final, "es una pérdida", según comentó Emilio Villegas, gerente de Agroejido. Por ello, Manuel Arévalo, director co-

mercial de Nature Choice, indicó que "hace falta un cambio de mentalidad del agricultor", que tiene que darse cuenta de que el tipo de pimiento que él prefiere "tiene menos salida comercial" y, por tanto, "le reporta menos ren-

tabilidad". Pero no sólo los grandes mercados comunitarios se decantan por el flow pack, sino que, poco a poco, son otros los países cuyos consumidores prefieren este tipo de envase más cómodo, entre otras cosas, porque les permi-

te llevarse de una sola vez tres piezas de pimiento de distintos colores.

EL ROJO

Pero aunque la tendencia general es hacia el flow pack, lo cierto es que la venta a granel no ha desaparecido y, para este tipo de comercialización, el pimiento California rojo sigue siendo el preferido por los clientes. Tanto es así, que las comercializadoras de la provincia afirman que, aunque destinan la mayor parte de sus producciones al California, entre sus tres colores, el rojo se lleva el mayor porcentaje.

Por último, y en lo que respecta al mercado nacional, poco a poco, este tipo de pimiento va encontrando su hueco, aunque, de momento, en calibres algo más grandes que los preferidos por los consumidores europeos. Esto es así porque, en España, el California ocupa el sitio del lamuyo cuando éste último tiene precios que el consumidor considera muy altos. Y es que el pimiento lamuyo sigue siendo el preferido no sólo de los españoles, sino de los consumidores de casi toda la Cuenca Mediterránea.

Emilio Villegas, gerente de Agroejido

"En Italia prefieren el amarillo frente a los demás colores"

■ I. F. G.

El mercado nacional demanda pimiento lamuyo y otros como el italiano o el portugués también lo piden, aunque, cada vez más, se van decantando por el California. En el caso de Italia, además, prefieren el amarillo frente a los otros dos colores.



Todo lo demás es pimiento California.

Por colores, el rojo se destina a la comercialización en suelto, mientras que el verde se emplea, sobre todo, para completar el tricolor. El flow pack tricolor es lo que se prefiere a día de hoy y, puesto que este envase está pensado para 500 gramos de pimiento, los calibres deben ser más pequeños, normalmente un calibre G. Todo lo que sobre del medio kilo es una pérdida, ya que nunca se paga más de medio kilo.

David Romera, comercial de Agroponiente



"El lamuyo se queda en España, aunque se consume algo en Francia e Italia"

■ I. F. G.

El 80% del pimiento que se hace en Almería es tipo California, otro 10% es lamuyo y el 10% restante se destina a otras variedades. Casi todo el California es para exportación y se dirige a toda Europa, aunque los calibres más gordos se están comenzando a comercializar en España, sobre todo, en fechas en las que el lamuyo es más caro. El problema de Almería es que el pi-

miento California se hace más gordo del que quiere el mercado. Además, la forma de venta más habitual es en bolsas tricolor, que es como le gusta al consumidor. En lo que respecta al pimiento lamuyo, el 95% se queda en España, si bien es cierto que hay zonas como Portugal, el sur de Francia y el sur de Italia que también consumen algo. Por último, el pimiento italiano se destina en exclusiva al mercado nacional.

Manuel Galdeano, presidente de Murgiverde

"Los mercados más importantes piden California mediano"

■ I. F. G.

El tipo de pimiento que se demanda en Europa depende del país. Sin embargo, los grandes mercados de Almería, como pue-

den ser Alemania o el Reino Unido, piden, sobre todo, pimiento California de un calibre mediano, para su venta en flow pack tricolor. El California rojo prima para su venta a granel, pero si la intención es venderlo en este envase, se añaden el amarillo y el verde. El pimiento lamuyo, por su parte, de destina, sobre todo, al mercado nacional y algo a países como Portugal o Italia.



HABLAN LOS EXPERTOS

Juan Carlos Andreo, comercial de Mabe hortofrutícola

“El California se valora más si es más cuadrado”

■ I. F. G.

El 95%, aproximadamente, del pimiento que demandan los mercados europeos es California, mientras que el otro 5% es lamuyo. Este último tipo de pimiento se consume más en el mercado nacional y, en menor

medida, en Francia. Por colores, el California rojo es el que más se pide y, en lo que respecta a los calibres, esto dependerá de si el pimiento es para venderlo a granel o en envases de tres pimientos.

En el primero de los casos, se prefiere un calibre GG, mientras que, en el segundo, lo habitual es el calibre G. Asimismo, se valora que el pimiento tenga un color uniforme y un tamaño también uniforme. Cuanto más cuadrado sea el California, más per-



fecto es y más se valora. Por último, es fundamental que no tenga ningún defecto de piel.

José Antonio Baños, presidente de Ejidomar S.C.A.

“Las variedades que hay en el mercado tienen poca salida”

■ I. F. G.

Los clientes nos piden un pimiento rojo bueno, no anaranjado, y que tenga un calibre no muy gordo, preferiblemente G, entre 150 y 180 gramos. El problema que tenemos en Almería es que hay pocas variedades con este ca-



libre y, además, el agricultor prefiere un pimiento más gordo. En el caso de las cooperativas, hacemos fundamentalmente California y el problema que nos encontramos es que las variedades que hay en el mercado son muy gordas y tienen poca salida comercial. Normalmente, el pimiento se comercializa en flow pack y este tipo de empaquetado debe pesar unos 500 gramos. Si el pimiento no es de calibre G, superamos este peso y ya no se puede vender como flow pack.

Guillermo Luque Lirola, gerente de SAT Daliber

“El calibre que se pide depende de la época y el mercado”

■ I. F. G.

Para el mercado europeo se hace, fundamentalmente, California. El lamuyo es para el mercado nacional. En cuanto al color, si el pimiento es para su venta a granel, prima el rojo, mientras que si se hace para su venta como tricolor

hay que hacer también verde y amarillo. En cualquier caso, el amarillo a granel se hace para comercializarlo en Italia y también se vende algo de verde a granel para países como Francia o Polonia.

El calibre, por su parte, depende de la época y del mercado. Así, por ejemplo, a principios de campaña se prefieren calibres GG, de entre 90 y 110 milímetros, mientras que de diciembre en adelante prima el calibre G, de 70 a 90 milímetros. Por mercados, en In-



glattera prefieren pimientos más pequeños y en países como Polonia buscan calibres grandes.

Manuel Arévalo, director comercial de Nature Choice

“Un pimiento gordo reporta una menor rentabilidad al final”

■ I. F. G.

El 80% del pimiento que nos piden los mercados europeos es tipo California. Las variedades con las que trabajamos cumplen sobradamente los requisitos de grados de azúcar o conservación que nos demandan los clientes. Así, lo que ellos buscan y lo que nosotros les damos es un pimiento con una buena vida útil. Junto a esto, y teniendo en cuenta que, en la mayoría de los casos, nos piden pimiento que luego se va a vender por piezas en el supermercado, al



cliente lo que más le interesa es que, en cada caja que se lleve desde el origen, le entre el mayor número posible de pimientos y, para

ello, los calibres deben ser pequeños.

En este sentido, las casas de semillas trabajan al máximo este aspecto, sin embargo, también necesitamos un cambio de mentalidad en el agricultor, que suele preferir los calibres grandes. Ellos buscan un pimiento gordo que, al final, les reporta menos rentabilidad porque tiene menos salida comercial. Además, los clientes demandan cada vez más pimientos en flow pack, en envases de entre 400 y 500 gramos y con tres piezas. En estos casos, necesitamos productos más pequeños. Evidentemente, sigue habiendo una venta tradicional de hortalizas al peso donde los calibres grandes tienen cabida, pero este nicho es cada día menor.

Isidro Sánchez, comercial de Vicasol

“La tendencia en Centroeuropa va hacia el flow pack”

■ I. F. G.

La mayoría de los mercados de exportación quieren pimiento California, mientras que el mercado nacional y otros como Portugal prefieren el tipo lamuyo. Por otro lado, la tendencia en Centroeuropa se encamina hacia una mayor demanda del flow pack tricolor porque es mejor para el consumidor, que se lleva 500 gramos de pimiento en los tres colores. Teniendo en cuenta esta tendencia, los calibres que se necesitan son cali-



bres G, ya que, con tres pimientos, debemos sumar unos 500 gramos. Los GG se dejan, por su parte, para su venta a granel.

J. Antonio Díaz, director comercial de Agroiris



“El 50% del pimiento que demandan los mercados europeos es California rojo”

■ I. F. G.

Prácticamente el 50% del pimiento que demandan los mercados europeos es California rojo, mientras que la demanda de amarillo puede

ser el 30% y de verde el 20% restante. El lamuyo, por su parte, se deja para el mercado nacional. En cuanto a la calidad, esto es algo que ya dan por hecho en los mercados.

Juan Ruiz, comercial de Frudelia

“La calidad es algo que ya se da por sobrentendido”

■ I. F. G.

Lo primero que piden, en el caso de todos los mercados europeos, es que sea un California y, mayoritariamente, si es para venderlo en suelto, que sea rojo y si es para venderlo envasado, piden además el verde y el amarillo para el tricolor. El calibre más habitual es el G. En el caso del mercado nacional y de los países mediterráneos, el pimiento que más se demanda es el lamuyo. Para esta hortaliza, teniendo en cuenta que no se sue-



le comer en fresco, el sabor no es un aspecto que se tenga mucho en cuenta. Por último, la calidad ya se da por sobrentendida.

REQUISITOS

■ Rafa Villegas

Los productores de pimiento de la provincia de Almería tienen muy claros cuáles son los factores que les hacen decantarse por una u otra semilla de pimiento al comienzo de la campaña hortofrutícola.

Respecto a las variedades, hay quien se decanta por el lamuyo o por el California según la experiencia que tengan en su manejo, quien lo haga porque su comercializadora le encuentre más

La calidad y la resistencia a enfermedades centran la demanda de los productores

mercado a esa hortaliza y quien, finalmente, piensa que lo mejor es trabajar con las dos opciones.

Respecto a lo que los agricultores exigen que tenga una semilla para que les convenza, éstos han resaltado, en su mayo-

ría, que la planta sea vigorosa, que mantenga una producción considerable y, sobre todo, que presente calibres comerciales y, como no podía ser de otra manera, que sean resistentes al mayor número de enfermedades posible, como por ejemplo al crac-

king. La consistencia del pimiento también es muy valorada.

No obstante, son muchos los agricultores que, vistos los resultados positivos que lograron una campaña, desde que les fue bien un año se decantan siempre

por la misma variedad y son fieles.

Lo que está claro es que, los que llevan su producto a las cooperativas, que cuentan con un mayor número de clientes situados en diferentes mercados de destino internacionales, se decantan más por la variedad de pimiento California. Por el contrario, el lamuyo es más demandado en las alhóndigas, cuyo destino principal es, sin lugar a dudas, el vasto mercado nacional.

Manuel Navas

“Si el pimiento no es de calidad no tiene mercado”

■ I. F. G./R. V. A.

P.- ¿Qué tipo de pimiento prefiere para sembrar?

R.- Yo prefiero el lamuyo o el California.

P.- ¿Qué características debe tener el pimiento que usted siembre?

R.- Lo principal es que tenga calidad, que sea uniforme y tenga bri-



llo y color. Si no hay calidad no vendes.

Manuel Ruiz López

“Lo malo de la semilla de pimiento es su precio”

■ I. F. G./R. V. A.

P.- ¿Qué tipo de pimiento prefiere para sembrar?

R.- Yo prefiero poner California.

P.- ¿Qué características debe tener el pimiento que usted siembre?

R.- Lo principal es que tenga resistencia a virus, sea de calidad y tenga vigorosidad. Aunque lo malo de las semillas es el precio. Todas las semillas son



caras, pero en el caso del pimiento son más caras todavía.

Francisco Añez

“Siempre siembro la misma variedad y me va bien”

■ I. F. G./R. V. A.

P.- ¿Qué tipo de pimiento prefiere para sembrar?

R.- Yo pongo lamuyo Ebro.

P.- ¿Qué características debe tener el pimiento que usted siembre?

R.- Yo busco que sea bueno y tenga calidad. Además, yo siempre pongo la misma variedad porque me va muy bien con ella,



pero no sólo a mí, sino a otros amigos.

Tomás Fernández Montoya

“La resistencia al cracking y al agua es fundamental”

■ I. F. G./R. V. A.

P.- ¿Qué tipo de pimiento prefiere para sembrar?

R.- Yo considero que hay que poner tanto California como lamuyo, dependiendo del mercado. El mercado nacional te pide lamuyo,

aunque el mercado del California es más grande, más extenso. Normalmente, la gente pone más California que lamuyo, adaptándose más a la demanda.

P.- ¿Qué características debe tener el pimiento que usted siembre?

R.- Hoy en día se están poniendo pimientos que sean resistentes al cracking, al agua y, además, se mira mucho el color y el tamaño. Más que nada, es lo que la comercialización pide y la marca que



te lo dé es la que tienes que poner al año siguiente otra vez.

José Antonio Pérez Valverde

“La productividad es un punto a favor muy importante para un pimiento”

■ I. F. G./R. V. A.

P.- ¿Qué tipo de pimiento prefiere para sembrar?

R.- Yo suelo poner California porque llevo ya muchos años con él y me he especializado. Lo en-

tiendo mejor que el lamuyo.

P.- ¿Qué características debe tener el pimiento que usted siembre?

R.- Lo fundamental es que tenga resistencia al cracking y que sea productivo.



Fernando Pérez

“El lamuyo se lleva más a la alhóndiga y el California a las cooperativas”

■ I. F. G./R. V. A.

P.- ¿Qué tipo de pimiento prefiere para sembrar?

R.- Lamuyo, aunque eso depende mucho del sitio al que lo lleves. Aquí a la alhóndiga, se trae más lamuyo, pero

si llevara el producto a una cooperativa sería California.

P.- ¿Qué características debe tener el pimiento que usted siembre?

R.- Lo esencial que debe tener es consistencia y tamaño.



Antonio Villegas Navarro

“No soy amigo de pruebas, siempre siembro la misma semilla”

■ I. F. G./R. V. A.

P.- ¿Qué tipo de pimiento prefiere para sembrar?

R.- Yo pongo California.

P.- ¿Qué características debe tener el pimiento que usted

siembre?

R.- Para mí lo fundamental es conocer la semilla de otros años, yo no soy amigo de pruebas. Luego, debe tener calidad y que tenga alta producción.



GUSTOS

Los consumidores europeos incluyen sus variedades favoritas en la dieta

EN PAÍSES DEL NORTE, POR EJEMPLO, ESTÁ AUMENTANDO LA DEMANDA DE PIMIENTO ROJO DULCE, DE FORMA SIMILAR AL ITALIANO

■ Rafa Villegas

Los gustos de los consumidores van cambiando, como no podía ser de otra manera, y ello repercute en las variedades que siembran los productores. Así, pese a que todavía la mayoría de los clientes del Viejo Continente europeo se decantan más por las variedades de California, sobre todo en rojo, verde y amarillo; así como los lamuyos y los italianos se suelen quedar en el territorio nacional, empieza a crecer la demanda de otras variedades.

Así, por ejemplo, como ha explicado David Romera, comercial de Agroponiente, está creciendo de manera exponencial



■ Los pimientos ofrecen un sinfín de posibilidades gastronómicas. / FHALMERÍA

“la demanda de un pimiento rojo más alargado, tipo ‘Kapia’ o ‘Ramiro’”. Ambos se caracterizan por presentar un sabor mucho más dulce y se están posicionando muy bien en diferentes mercados europeos, sobre

todo, como ha continuado explicando David Romera, “en los países escandinavos, así como en Dinamarca”. En esta delimitada zona europea se está alcanzando, incluso, según ha ase-

niente, “un consumo similar al de la tradicional variedad California”.

Por otra parte, también se está registrando un incremento considerable de la demanda de pimiento blanco, muy especial-

mente en los diferentes mercados de la Europa del Este, así como en los Países bálticos.

Este pimiento blanco, que en realidad es de un color amarillo muy pálido, se caracteriza por presentar poco sabor y ser algo amargo.

COCINA GOURMET

Lo cierto es que mucho está teniendo que ver en el cambio de los gustos de los consumidores del Viejo Continente Europeo la alta cocina o cocina gourmet. Y es que, cada vez son más los asiduos a restaurantes en los que se experimenta con nuevas variedades, o simplemente menos conocidas, que se llevan las recetas a casa.

El contraste de sabores también es un punto añadido en la gastronomía actual, por lo que, en muchos casos buscan precisamente eso en un pimiento o en cualquier otra fruta u hortaliza. De ahí que haya aumentado la demanda de pimientos finos y alargados más dulces en ciertos países del Norte de la Unión Europea o que, del mismo modo, se esté incrementando la petición de pimientos más amargos, como los blancos, en la Europa del Este.



ABADÍA

www.quepongoparaesteotoño.com

SEMILLAS **fito** Desde 1880, mejorando contigo

SEMILLAS FITO

ABADÍA, un pimiento rojo con el éxito más que asegurado

LA EMPRESA REALIZÓ UNAS JORNADAS DONDE PRESENTÓ ESTA NUEVA VARIEDAD Y A LAS QUE ASISTIERON MÁS DE 1.500 AGRICULTORES

■ CIA

Unas jornadas de puertas abiertas en Almería han servido para presentar a los agricultores el pimiento ABADÍA de Semillas Fitó. Los ensayos realizados en los invernaderos almerienses, en la finca de investigación de la empresa de semillas y en los de varios agricultores auguran ventajas para los cultivadores de esta nueva variedad.

ABADÍA es una variedad de pimiento tipo California adaptada a distintas zonas de producción y con excelente respuesta a las condiciones de otoño-invierno en invernaderos fríos. Con la variedad ABADÍA se completa una parte importante del moderno concepto de "gama" en variedades de la misma especie, en este caso de pimiento, que, con características casi iguales de fruto, el cultivador elige "la gama" de las variedades de pimientos California para varias

épocas de producción y con calidad uniforme para el comercio.

"UNA GAMA"

En la gama de pimientos cuadrados y de carne gruesa de Semillas Fitó, BLESA es una variedad rústica de planta compacta y precoz; OLVERA es de siembras medias, de fruto cuadrado y calibre G y ABADÍA es para la plantación media o tardía, en las condiciones de Almería, segunda quincena de julio hasta finales de agosto.

El objetivo para los agricultores que elijan ABADÍA es tener un fruto G y GG, con mucho color, calidad y duración en poscosecha y una planta de fácil manejo, resistente al virus del bronceado del tomate y Tm3. En las puertas abiertas a los ensayos de Almería, han pasado más de mil quinientos agricultores, principalmente en la finca El Solanillo, de Roquetas de Mar, así como en sendas fincas en San Agustín y Matagorda, en el municipio de El Ejido.

Según el técnico de la empresa de Semillas Fitó, José Manuel Salguero, los cultivadores que elijan esta variedad



■ Planta y frutos de la variedad ABADÍA.

van a tener este año próximo un pimiento "que no se raja, de mucho aguante, un fruto de calidad durante bastante tiempo, una planta fácil y de una floración con cuajado sencillo". En definitiva, un pimiento adaptado a las necesidades del agricultor.

LA COMPAÑÍA

Semillas Fitó nació a finales del siglo XIX. Desde entonces, ha trabajado en la búsqueda de las variedades más adecuadas para cada entorno, dando así una mejor respuesta a la demanda de los mercados. Su esfuerzo investigador ha sido una constante, más aún a partir de la década de los '70. Entonces, desarrolló en España los primeros híbridos F1 de melón, tomate y pimiento. Junto a su afán investigador, en el año 2000, inició su proceso de internacionalización, con la creación de filiales en el extranjero.



■ Las jornadas organizadas en Almería fueron un éxito.

COTIZACIONES

Este producto alcanza precios que aún no se han visto esta campaña

■ I. F. G.

El pimiento ha tenido que esperar la llegada de la primavera para alcanzar unos precios acordes a sus costes de producción y que, además, reporten algún beneficio a sus agricultores. Durante toda la campaña, sus cotizaciones han sido excepcionalmente bajas, situándose, a lo sumo, en 0'60 euros en algunos tipos. Sin embargo, ya a principios de este mes de abril, e incluso antes, sus precios comenzaron a subir y lo hicieron,

según los comerciales del sector, debido a varios factores.

En primer lugar, a una buena demanda y, en segundo lugar, a que "salvo en Holanda, ya prácticamente no hay pimiento en ningún otro sitio", según explicó Antonio Román, director de Subastas de Agroponiente. Por su parte, Juan Ruiz, comercial de Frudelia S.L., indicó que "a excepción del California verde, que tiene poca calidad, el resto de pimientos cotiza a buenos precios porque hay demanda". Así las cosas, los agri-

cultores que aún tengan pimiento puede que, en parte, estén recuperando algo de lo perdido, aunque estas cotizaciones no durarán para siempre. En este sentido, Antonio Ruiz, comercial de Murgiverde S.C.A., apuntó que, en Almería, poco a poco, las cantidades se van reduciendo y, por ello, "las principales cadenas están posicionadas ya en la compra en Holanda y Murcia". En el primero de estos destinos, ya tienen todos los colores, mientras que en Murcia sólo tienen cantidades reducidas de rojo.



■ Algunos tipos han cotizado por encima de 2 euros. / FHALMERÍA

MUY RESISTENTES

Monsanto ofrece variedades de pimiento que se adaptan a los cultivos de Almería

SU PLANTA FACILITA LA INSTALACIÓN DE FAUNA AUXILIAR ADAPTÁNDOSE, DE ESTA FORMA, AL CONTROL BIOLÓGICO

J. E. R.

Las variedades de pimiento que ofrece Monsanto destacan por su gran resistencia a las distintas enfermedades que el cultivo puede presentar a lo largo del ciclo productivo. Además, responde a las exigencias del agricultor sobre la utilización de métodos respetuosos con el medio ambiente ya que responden a la perfección en la implantación del control biológico contra las plagas.

De Ruiters Semillas, perteneciente al Grupo Monsanto, cuenta con una amplia oferta varietal adaptada a los cultivos bajo plástico de Almería. En pimiento California rojo, la casa de semillas pone en liza todas las ventajas que tiene Velero para ciclo temprano periodo al que se adapta también Traiña, al igual que a un ciclo medio, en el que resalta Darsena, variedad que a su vez es ideal para ciclo tardío.

Darsena desarrolla una planta de vigor alto que se adapta a cultivos de largo recorrido en condiciones de frío. Su frutos, de tamaño medio con mayor producción en calibre G, tienen forma trapezoidal y un buen color rojo. Por su parte, Traiña, cuenta con una planta de vigor medio que se



■ Velero, un pimiento California ideal para ciclos tempranos.

adapta para el cultivo de espaldera y en tipo tradicional. El tamaño de sus frutos, muy cuadrados, está considerado como medio, lo mismo que su color rojo. Finalmente, entre su apuesta más ambiciosa en pimiento California, se encuentra Velero. Su planta apunta a una estructura abierta y un vigor medio. Una de sus cualidades es su facilidad al cuaje en altas temperaturas, lo que la hace ideal para ciclos tempranos. En su fruto predomina el calibre triple G, el color intenso rojo y la forma muy cuadrada.

En California amarillo, este año, Monsanto pone en el mercado una

novedad. Se trata de Cócalo. Un pimiento para ciclo temprano que desarrolla una planta de entrenudo muy corto. Sus frutos, de color amarillo limón, son muy uniformes, de calibre G, de gran firmeza y buena pared, lo que permite un mayor aguante. Además de esta nueva variedad, Monsanto apuesta por Dédalo y Shangai, en California Amarillo. Mientras que Dédalo es una variedad híbrida precoz que presenta una planta de vigor alto y una fruta cuadrada de calibre G, firme y con un color amarillo limón; Shangai, que se recomienda para plantaciones medias en Almería, cuen-

ta con una planta de vigor medio alto, destacando por su alta producción y por sus frutos de tamaño medio, de buena calidad, firmeza y un color amarillo intenso.

La gama de italianos la protagonizan Italverde, una variedad de pimiento dulce de vigor medio con frutos de piel rugosa, alargados y rectos, de forma cónica que se adapta muy bien a trasplantes tempranos y medios; y Manzano, una variedad que cuenta con una planta de vigor medio, con facilidad al cuaje en épocas de calor. Sus frutos destacan por su color verde intenso su longitud y brillo.

Brito, Rocha y Sonic, un gran tridente en lamuyos

J. E. R.

Tres son las variedades en pimiento lamuyo que Monsanto ofrece al agricultor: Brito, Rocha y Sonic. Un tridente con plantas que facilitan la instalación de fauna auxiliar y que como indican desde la casa de semillas, no necesitan poda. Para plantación temprana, recomiendan Brito, una semilla que ofrece una planta de vigor medio, entrenudo corto y porte abierto, con frutos de color atractivo tanto en verde como en rojo, grandes, rectangulares y uniformes durante todo el ciclo. Para trasplantes intermedios, Monsanto ofrece Rocha. La vigorosidad de su planta es alta y cuenta con un sistema radicular ideal para hacer un ciclo largo y obtener fruta de calidad desde el principio hasta el final. Por último, para plantaciones más tardías, la opción es Sonic: vigor en su planta y estructura abierta, con frutos de gran calibre y rojo en su madurez.

Velero y Traiña

Producción y uniformidad

Velero

Traiña



DE RUITER SEMILLAS
SEMILLAS HÍBRIDAS

PARAJE ROMERAL Y ATOCHARES S/N LA MOJONERA TEL.950 18 21 19 FAX. 950 18 21 43

MONSANTO



NUEVOS TIPOS DE PIMIENTO

Las novedades aguantan poco en el mercado internacional

■ CIA

Las empresas productoras de semilla están inmersas en la continua investigación de nuevos tipos de pimiento que se adapten más a lo que los consumidores consideran óptimo para su comercialización.

Se han combinado en los últimos años colores, estructura y sabor para hacer pimientos nuevos que han conquistado el mercado, pero sólo temporalmente. No han conseguido mantenerse por la aparición de competidores que han “destrozado” la demanda o bien han generado dudas sobre las cualidades únicas de cada tipo y variedad.

Después de todo lo indicado, la competencia de las principales productoras mundiales de semillas se centra fundamentalmente en nuevas variedades que aporten a los productores y a los consumidores motivos para su adquisición. La gran queja de los agricul-



■ Pimiento Kapia. / Semillas Fitó

tores está centrada en la baja productividad de algunas variedades, que si bien son excelentes no llegan a producciones lo suficientemente rentables, máxime cuando hemos de considerar que el cultivo del pimiento es el más caro de cuantos hay actualmente en los invernaderos almerienses, además de ser la planta que más meses de cultivo necesita para hacer su recorrido.

No obstante, en los últimos años el proceso siempre ha sido el mismo y la tendencia muy clara: investigación centrada en mantener los tipos tradicionales como morrones, italianos y picantes y en nuevas variedades de California.

SEMILLAS ALMERÍA



■ Las variedades de California de Semillas Almería se adaptan al clima provincial. / FHALMERÍA

El sol almeriense se refleja en los California amarillos ‘ELCESAR’ Y ‘MILAN F1’

EVOLUCIÓN DEL MERCADO

El tipo California ha desplazado poco a poco a los pimientos tradicionales

■ CIA

El pimiento corto o California, desde su aparición en Almería, ha ido desplazando a los tipos tradicionales. Ha sucedido algo parecido con el pepino de exportación o tipo Almería que ha conseguido imponerse a ‘franceses’, ‘españoles’ y ‘negros’.

El motivo de esta transición del mercado hacia este tipo se debe fundamentalmente a que la exportación siempre ha sido mucho más rentable para las empresas comercializadoras y han buscado variedades deseadas por el cliente europeo. El tipo California o corto ha permitido combinaciones de colores como el conocido ‘tricolor’ (combinación de pimiento amarillo, rojo y verde) que siempre ha dado mucho juego en los lineales de venta de las

grandes superficies comerciales.

Otra tendencia de los consumidores europeos es hacer la compra por unidades y no por kilos, esto último más propio de la comercialización en plazas de abastos.

La tipología de la familia actual ha provocado que el consumidor quiera un pimiento y no un kilo, que no sea excesivamente grande para no desperdiciar porciones cuantiosas una vez que la hortaliza ya ha quedado abierta para el consumo.

En estos momentos la pieza de pimiento ideal es aquella que no es muy grande, tiene un excelente color, las paredes son carnosas, olor notable y aspecto atrayente gracias a unas dimensiones regulares casi cuadradas con los cascotes bien definidos y carentes de manchas.

LA EMPRESA, AL SER DE LA PROVINCIA, CONOCE A LA PERFECCIÓN LAS NECESIDADES DE LOS AGRICULTORES LOCALES Y SE ADAPTA A ELLOS.

■ Rafa Villegas

La firma comercial Semillas Almería, que ha conseguido por méritos propios abarcar una cuota de mercado considerable en la provincia, presenta variedades que la identifican con el sol propio de Almería por su llamativo color. Se trata, concretamente, de las variedades de California amarillo ‘ELCESAR F1’ y ‘MILAN F1’.

Ambas variedades de pimiento dan la talla de acuerdo con las exigencias de los agricultores, así como los agentes comerciales consultados por FHALMERÍA para conocer en profundidad qué es lo que el campo almeriense y el mercado internacional espera de las nuevas variedades que van a competir de cara a la próxima campaña.

‘ELCESAR F1’ es una variedad para transplantes en el mes de julio que presenta una gran pureza para su categoría. Su fruto es resistente al ‘Microcracking’, mostrando en una por-

ción muy elevada los cuatro cascotes. Además, sus resistencias al Virus de la Verruga (PMMV) y al Virus del Bronceado del Tomate (TSWV) lo hacen aún más atractivo.

Por su parte, ‘MILAN F1’ es ideal para transplantes en julio y agosto. Su planta es vigorosa, precoz, equilibrada y de fácil cuajado. Además, presenta unos frutos homogéneos, ligeramente rectangulares, con predominio de calibres gruesos y con alto porcentaje de frutos de cuatro cascotes. Su color, en maduro, es amarillo claro. También es resistente al PMMV L4 y al TSWV.

Asimismo, además de estas dos variedades, el agricultor tiene a su disposición en Semillas Almería una amplia gama de California, como es el caso de ‘CALIGULA F1’, ‘CW-602 F1’, ‘DEMETRIO F1’, ‘ELADRIANO F1’, ‘ELJULIO F1’, así como ‘MÁXIMO F1’ y ‘NAZARÍ F1’.

‘LW-602 F1’ es una variedad de pimiento California naranja para transplantes en julio muy escalonada y con muy buen calibre. Es resistente al L3.

‘DEMETRIO F1’, por su parte, también es un California naranja, en este caso para trans-

plantes en junio. Es altamente productivo y destaca por su precocidad y homogeneidad del fruto. Es resistente al L3.

Respecto al resto de variedades, ‘ELADRIANO F1’ es más tardío, en concreto para transplantes en agosto. Su planta tiene un porte muy vigoroso y es muy productiva, además permite el engorde de todos los frutos que muestre. Presenta resistencias al ‘Microcracking’ al L4 y al TSWV. ‘ELJULIO F1’ es un California que presenta una pared muy gruesa y se recomienda su transplante entre el 1 de julio y el 10 de agosto, mientras que ‘ELMÁXIMO F1’ se adapta más al transplante en el mes de junio. Ofrece un porte medio bastante aireado, es altamente productivo y presenta un buen cuaje con temperaturas altas. Sus frutos son cuadrados, gruesos y de un color rojo oscuro muy marcado.

El secreto de Semillas Almería radica en que es una empresa de la provincia y que, por lo tanto, conoce a la perfección las necesidades de los agricultores locales. Por ello, sus técnicos e investigadores conocen a la perfección las necesidades del sector en semillas y se esmeran en lograrlo con sus variedades.

PENSANDO EN EL AGRICULTOR

“Zeta Seeds pone en el mercado sólo variedades que se adaptan al cultivo”

RAFAEL GONZÁLEZ, JEFE DE PRODUCCIÓN DE ZETA SEEDS, DETALLA LA GAMA DE PIMIENTO QUE INCLUYE EN SU NUEVO CATÁLOGO

José Esteban Ruiz

Aunque trabajan constantemente en la obtención de variedades, en Zeta Seeds prefieren ofrecer una para cada tipo de pimiento porque como defienden, “somos partidarios de ofrecer una variedad, fruto de un buen trabajo, ponerla un año en el mercado y dependiendo de su aceptación cambiar o no”. Todas sus semillas son resistentes al PMMV que es uno de los virus más importantes que puede atacar a la planta. Son variedades que se denominan L4. Dependiendo del material, en mayor o menor grado, también presentan tolerancia al virus del bronceado de tomate.

-En lamuyos, ‘Soberano’ es el rey...

-Sí, llevamos trabajando con esta variedad cinco años y somos líderes en este segmento y para estas fechas, sobre todo en la zona de Adra y El Ejido, donde los cultivos son más tempranos. Es muy apreciada por su facilidad de cuaje y porque consigue unos frutos bien formados con un peso entre 400 y 600 gramos, con calidad, firmeza y color, y es muy estable durante todo el ciclo. Este año han llegado al mes de marzo con una producción de pimiento impresionante, del orden de ocho kilogramos por metro cuadrado.



■ ‘Jarama Plus’, una variedad de California de color amarillo limón en todo el ciclo.

-¿Se adapta bien a la producción integrada?

-Perfectamente. ‘Soberano’ ofrece dos ventajas. Por un lado, nuestro material tiene una floración continua, por lo que facilita la instalación de los insectos auxiliares. Por otro lado, son plantas despejadas, con lo que cualquier tipo de tratamiento funciona muy bien.

-¿La demanda el mercado?

-El comprador le tiene una gran estima porque llega muy bien al mercado, se mantiene en las estanterías. Es un lamuyo atractivo para el consumidor porque tiene las paredes muy lisas, lo que hace que se pueda preparar de distintas formas sin que se incrusten suciedades en la piel. Además, cuenta con una pa-

red gruesa y ofrece un buen sabor.

-Pero cuentan con una amplia oferta en todo tipo de pimientos. ¿Qué me dice en la variedad de California rojo?

-Este año pensamos que nuestra gran baza puede ser ‘Sepang’. Una variedad con las mismas características de Soberano. Muy productiva y con una alta calidad. El 95% de sus frutos son de primera calidad con una producción por metro cuadrado que alcanza los nueve kilogramos. En este sentido, estamos convencidos de que la variedad se va a desarrollar perfectamente y eso que hemos partido de dos años con unas condiciones atmosféricas bastante complicadas. A pesar de ello, hemos comproba-

do que con frío sigue vegetando bien y el problema de rajado, de craking, que se presenta con la lluvia no se ha manifestado en ‘Sepang’, manteniendo unos calibres buenos y con producciones que en algún caso permanecen en abril.

-¿Por qué destaca Sepang’?

-No presenta manchas fruto del estrés. Tiene un color verde fuerte y un rojo brillante; aguanta muy bien el transporte y el manipulado; se puede cortar con o sin pedúnculo. Respecto a su planta es muy abierta, por lo que facilita las tareas.

-¿Y en California naranja y amarillo?

-En California naranja presentamos una novedad. Se trata de ‘Qatar’, una variedad que se diferen-

‘Rooney’ y ‘Fonsi’, los más italianos

-También cuentan con pimientos italianos entre su oferta...

-Sí, claro. Ofrecemos al agricultor, en tipo tradicional, a ‘Fonsi’. Una variedad para trasplante del mes de julio, con una alta producción, unos frutos oscuros no excesivamente largos; de paredes lisas, sabor dulce y muy poca piel. Siempre buscamos que sean muy productivas y con mucha calidad por eso cuesta encontrar la variedad adecuada para lanzarla al mercado, cuidamos mucho ese aspecto. Por otra parte, en ‘Corno di Toro’, tenemos a ‘Rooney’, una variedad que lleva varios años en el mercado. Más dulce y que se adapta a la moda culinaria de otros países. Se utiliza, entre otros aspectos gastronómicos, para adornos.

cia de las anteriores por su precocidad en el cuaje y por la uniformidad en el fruto, con una forma y tamaño excelentes para el mercado. Es naranja desde el primer pimiento hasta el último; muy precoz para plantaciones de últimos de junio o primeros de julio. En amarillo, ofrecemos ‘Jarama’, para ciclo medio. Es muy productiva, alcanza los ocho kilos por metro cuadrado, con un volumen de producción escalonado y frutos firmes. Durante todo el ciclo presenta un color amarillo limón que no llega a tomar tonalidades anaranjadas.



I Sepang plus

Nueve kilos. No se poda
No se mancha. No se raja

zeta seeds
semillas de españa

LÍDER

Almería es la gran referencia mundial en la producción y venta de pimiento

... LAS MÁS DE 7.500
... HECTÁREAS BAJO
... PLÁSTICO QUE SE
... CULTIVAN PRODUCEN
... MÁS DE 450.000
... TONELADAS

■ José Esteban Ruiz

La suma de los distintos tipos de pimiento que se cultivan bajo el plástico de los invernaderos de la provincia de Almería, sitúa a este producto como el segundo más cultivado en la zona, tanto en superficie, con más de 7.500 hectáreas durante la pasada campaña y, un volumen que superó las 450.000 toneladas. Sin duda, este rincón de España se ha convertido en líder mundial en la producción de pimiento.

Desde que se iniciase la producción en invernaderos, se han registrado muchos cambios en lo que se refiere al pimiento. Muchos de ellos tienen que ver con la decisión del agricultor a la hora de elegir uno u otro tipo. Francisco Vargas, presidente de ASAJA Almería, recuerda que en un principio, “la mayoría de los agricultores cultivaba lamuyo o italianos”. En esos momentos, el principal mercado al que se dirigían era nacional. “Desde siempre, aún en la actualidad, los españoles son más consumidores de estos pimientos”, matiza Vargas.

No obstante, el aumento de la exportación de productos hortofrutícolas de Almería inició una modificación en los criterios del cultivo en origen como mandan los cánones, había que adaptarse al nuevo mercado. La demanda de los países europeos era distinta. Entonces comenzó a proliferar en los invernaderos el cultivo de California. Un tipo de pimiento más pequeño y apreciado en países de Centroeuropa y las Islas Británicas. Así, el incremento fue tal que, actualmente, según estima el presidente de ASAJA Almería, “el 85% del pimiento que se produce en la provincia es California en sus distintas variedades y colores”.

VARIEDADES

En este tiempo de cambios progresivos pero también vertiginosos, además del papel que ha jugado la implantación masiva



■ En el cien por cien del pimiento que se cultiva en la provincia se utiliza fauna auxiliar contra las plagas. / FHALMERÍA

de la lucha integrada como método para luchar contra las plagas en cultivos como el pimiento, la labor de investigación desarrollada por las distintas casas de semillas ha sido muy destacada. Las empresas no han cesado de ensayar con nuevas variedades para ofrecer mejores productos al agricultor, adaptando las semillas al cultivo de la zona. Así, en la actualidad se han salvado muchas barreras y se han

superado, con las nuevas semillas, muchas de las enfermedades que padecían los cultivos antaño. Ahora, las variedades son más resistentes y desarrollan un fruto de más calidad, con más sabor.

ESPECIALIZACIÓN

El cultivo de pimiento requiere más especialización del profesional que otras hortalizas. Al

respecto, Francisco Vargas comenta que “los productores de pimiento se especializan en el cultivo, porque requiere de mayor atención. Puede jugar con los tiempos de maduración, aguantando su recolección en función del precio de cotización. Además, puede regular en momentos determinados la aplicación de la mano de obra. Por otra parte, el volumen de producción va a depender de las prácticas cul-

turales del profesional”. Por este motivo, los agricultores que cultivan pimiento desde hace tiempo siguen manteniendo su elección por el producto, campaña tras campaña, y raros son los casos en los que un agricultor sin experiencia opta por pimiento. Uno de los inconvenientes, afirma Vargas, es el alto coste de producción, tanto por el valor de las semillas como por los productos que necesita.

La producción de pimiento marca el consumo nacional

El cambio registrado en la provincia de Almería en la producción del tipo de pimientos ha marcado parte de la tendencia del consumo de muchos españoles. En estos momentos, con la masiva producción de California y las exigencias del mercado europeo al demandar únicamente calibres pequeños, una cantidad importante de la producción de calibres más grandes se está comercializando en el

mercado nacional. Así, para asar, los consumidores están comenzando a utilizar el California en lugar del lamuyo.

Asimismo, tendencia manifiesta, se produce en la elaboración de productos de IV Gama. Habitualmente, en ensaladas se utiliza pimiento italiano. En la actualidad, esto comienza a cambiar, con la aportación en sabor y duración del pimiento California.



■ Cada vez se consume más California en España. / FHALMERÍA

Noticias

PLAGAS

El buen tiempo trae consigo un repunte de la presencia de Tuta en los cultivos

LOS TÉCNICOS APUNTAN QUE ESTA CAMPAÑA, AL MENOS, CUENTAN CON MÁS "HERRAMIENTAS" Y, DE MOMENTO, NO SE HAN DETECTADO DAÑOS

■ Isabel Fernández

La Tuta absoluta o polilla del tomate, una de las plagas que más preocupa hoy por hoy a los agricultores de la provincia, parece haber despertado de su letargo. La mejora del clima y la progresiva llegada de las buenas temperaturas han traído consigo un repunte de su presencia en los invernaderos. Tanto que, según Isidoro Carricondo, jefe del Departamento Técnico de Unica Group en la zona de Níjar, afirmó que

"desde hace unas semanas ha aumentado su vuelo". Por su parte, Francisco Sola, director técnico de Nature Choice, apuntó que es "lógico" que aumente la presencia de Tuta en las fincas en estas fechas y, de hecho, indicó que "ya el año pasado vivimos un repunte en primavera".

La polilla del tomate no resiste muy bien el frío, sin embargo, la llegada del calor hace que se 'anime' y, a medida que va aumentando su vuelo, también lo hace su puesta de huevos que, en breve, serán larvas. Estas larvas son las que, con el tiempo, causarán daños en planta y fruto, dando lugar a esas galerías que atraviesan el tomate. Aún así, hasta el momento, según Carricondo, "no hemos visto daños importantes". Por



■ COAG estima una caída de la superficie del 40%. / AGROPONIENTE

su parte, Vicente Serrano, miembro del Comité Local de COAG en Níjar, indicó que, pese a que la presencia de la plaga está generalizada en todas las plantaciones, "en las plantas más antiguas es-

tamos viendo más daños, entre otras cosas, porque son más grandes y cuesta más encontrarla".

Serrano recordó que "en invierno, las bajas temperaturas y las lluvias pararon la Tuta, e in-

cluso, en otoño no se notó mucho". Pero esos días pasaron y, en estos momentos, la plaga se deja ver no sólo en tomate, sino también en cultivos de berenjena. En este sentido, Ana Belén Arévalo, técnico de Agrobío, indicó, en el caso de este cultivo, que "está atacando los brotes tiernos" y añadió que "su presencia se ha incrementado bastante en las tres últimas semanas".

A diferencia de la campaña pasada, los técnicos afirmaron que, al menos este año, sí cuentan con más herramientas para controlar esta plaga tan dañina, pero, aún así, "hay que tratar bastante", apuntó Carricondo. Esto, claro está, supone importantes inversiones para los agricultores y, a la larga, puede condicionar el resto de la campaña. Tanto es así que, por el momento, Serrano estimó que "este año, el tomate de primavera será en torno a un 40% menos que la campaña pasada" y apuntó a esa mayor inversión para controlar la Tuta como uno de los principales condicionantes.

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 • Tlfno: 950 326 232

AGRICULTORES Y COOPERATIVISTAS

Exigen a la UE un sistema que sea eficaz para gestionar crisis



■ Representantes agrarios.

■ J. E. R.

Durante la celebración de una de las citas del Comité Consultivo de Frutas y Hortalizas los agricultores y sus cooperativas en la Unión Europea, representado en el COPA-COGECA, han insistido a la Comisión sobre la urgente necesidad de facilitar un sistema para gestionar las crisis de precios en el sector hortofrutícola. De esta forma, solicitan que

las mejoras entren en vigor en la próxima campaña de verano. Entre las medidas que exigen, destaca una subida de la indemnización máxima por retirada, que en estos momentos, como indican desde COAG, “está lejos de cubrir los costes de producción”. Asimismo, han solicitado formalmente que se aumente del 5% al 10% el volumen permitido para las retiradas de producto.

CON EL MEDIO RURAL



■ Representantes de las empresas participantes y de la Diputación. / FHALMERÍA

La Diputación de Almería llevó la oferta local al Salón Internacional del Gourmets

■ José Esteban Ruiz

Una de las funciones que ejerce la Diputación de Almería, es la cooperación en actividades de promoción y desarrollo de los sectores productivos a través del Área de Fomento, con un especial dedicación al sector agroalimentario por su íntima relación con el territorio y los municipios más pequeños. En la última edición del Salón Internacional del Club Gourmet, la Diputación arropó bajo un mismo expositor a toda la oferta almeriense.

Esta es la décima edición de la feria madrileña en la que participa la institución apoyando al sector provincial. Con estas iniciativas, afirma Juan Carlos Usero, presidente de la Diputación Provincial, “tratamos de apoyar a las pequeñas empresas que, sin nuestra ayuda, tendrían verdaderas dificultades para acudir a eventos

de estas dimensiones”. Este año, el stand acogió a 17 empresas, que representaban a 12 firmas diferentes. La novedad ha sido la incorporación de la IGP ‘Tomate La Cañada-Níjar’ y Brandy Almería, al resto de sectores tradicionales. De esta forma, las diecisiete empresas se apoyaron en la Diputación para acudir al salón. Entre los productos, destacó el aceite de oliva, el vino, las hortalizas, el jamón o las conservas.

NEGOCIO

La Diputación, medió, a petición de la organización del evento, entre las empresas y los clientes interesados en el producto de la provincia. Así, aproximadamente 30 compradores extranjeros procedentes, principalmente, de Alemania, Francia, Reino Unido y Austria, entre otros, se entrevistaron con los empresarios alme-

rienses. Una iniciativa calificada como “muy positiva” entre los participantes ya que gracias a estos encuentros se han establecido relaciones comerciales que puedan consolidarse. Precisamente, estas acciones, las destacaba Juan Carlos Usero al hacer el balance de la participación, afirmando que “la celebración de contactos comerciales es para nosotros lo más importante, porque gracias a esta labor constante, estamos consolidando la presencia de las empresas de Almería en los mercados internacionales, y el hecho de que la propia organización de la feria nos haya solicitado realizar dichos encuentros confirma la calidad de nuestros productos”. Para el presidente, el Salón de Gourmet “no es una feria al uso”, ya que como argumenta, reúne a un amplio elenco de profesionales pertenecientes a distintas actividades.

MÁS ALLÁ DE 2013

La Comisión Europea abre oficialmente el debate sobre el futuro de la PAC

■ J. E. R.

En Europa, oficialmente, el comisario de Agricultura de la Unión Europea, Dacian Ciolos, ha dado luz verde al debate público sobre el futuro de la Política Agraria Común. A través de un comunicado, la Comisión anuncia que se abre una nueva perspectiva con la estrategia Europa 2020. La intención es trazar nuevas líneas que permitan a la PAC responder a nuevos retos para la sociedad, de carácter económico, social, medioambiental, climático y tecnológico, así como tener más en cuenta la diversidad y la riqueza de

las agriculturas de los veintisiete Estados Miembros de la Unión Europea. Al respecto, el comisario de Agricultura ha declarado que “es necesario escuchar la opinión de los ciudadanos y centrarse en recoger ideas y las expectativas de todos los actores de la sociedad”. El debate público se estructura sobre cuatro temas principales: la razón de ser de la PAC; los objetivos que asigna la sociedad a la agricultura; el sentido que tiene la reforma y cómo hacer que responda a las expectativas de la sociedad y por último, determinar los instrumentos que se utilizarán.

PROCESOS TECNOLÓGICOS

■ E. S. G.

El Centro Tecnológico TECNOVA está estudiando poner en marcha un proyecto con el que, entre otros objetivos, pretende mejorar la gestión energética de la explotación basándose en las premisas de optimizar el uso de energía por parte del sistema del cultivo y aprovechar fuentes de energías renovables en el suministro a la explotación. De hecho, según ha dado a conocer TECNOVA, con el proyecto se bus-

TECNOVA realiza un nuevo proyecto que busca optimizar la utilización de la energía en el modelo agrícola almeriense

can nuevos diseños de invernaderos que optimicen el rendimiento energético y compatibilicen la producción agrícola de alto rendimiento con la producción de energía eléctrica a partir de fuentes renovables.

El Centro Tecnológico ha presentado el estudio como una forma de poder plantear un nuevo

modelo de agricultura intensiva bajo invernadero, es decir, un cambio desde la innovación para situar a Andalucía como referente mundial de cultivos agrícolas intensivos sostenibles energéticamente. Para ello, explican, es necesario convertir el modelo agroindustrial almeriense en un modelo mejorado en

cuanto a diseño y planificación de la producción agraria y de las instalaciones necesarias, gestión energética de la explotación, gestión del uso de inputs: agua, fertilizantes, lucha biológica, gestión y valorización de los residuos y subproductos de la agricultura intensiva. Este proyecto se encuentra dentro de las líneas

de investigación marcadas por el centro y que se enfocan en relación al desarrollo de proyectos de impacto, de interés para todos los sectores de la industria auxiliar de la agricultura.

Por ello, con el desarrollo del proyecto ‘Gestión energética integral de sistemas de cultivo bajo invernadero’, el Centro Tecnológico TECNOVA creará un escaparate que convierta a Andalucía en el referente mundial de modelos agrícolas intensivos sostenibles.

PREVISIONES

La producción de lechuga cae un 30% a causa de los bajos precios y el clima

MUCHOS AGRICULTORES NO SE 'ARRIESGARON' A SEMBRAR PARA LA PRIMAVERA PORQUE ACUMULABAN MALAS CIFRAS DEL INVIERNO

■ Isabel Fernández

El volumen de lechuga disponible en las provincias de Almería y Murcia en el mes de abril fue un 30% inferior al habitual por esas fechas. Así lo afirmaron desde la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (PROEXPORT), en una nota, donde explicaron, además, que esta reducción en el volumen de producto se debe, sobre todo, al retraso en la plantación para primavera a causa de las lluvias de principios de este año.

En este sentido, desde la Asociación apuntaron que ya han sido muchos los productores que han mostrado su preocupación por las



■ Ya a finales de marzo, PROEXPORT previó que pasaría. / FHALMERÍA

presiones recibidas por parte de las cadenas de distribución por no poder completar sus pedidos. De este modo, el director general de PROEXPORT, Fernando Gómez, comentó que "situaciones de este tipo deben ser entendidas por la distribución" y recordó que "ya

advertimos que la climatología adversa reduciría producciones y ahora es preciso que la demanda se ajuste poco a poco a la oferta, atendiendo a la situación actual".

Por su parte, Vicente Carrión, presidente de COAG-Cartagena, confirmó que, efectivamente,

"hay menos lechuga", si bien lo relacionó con los precios a los que se vendió esta hortaliza durante la primera mitad de la campaña y que fueron "catastróficos". Por ello, muchos agricultores "no hicieron ninguna previsión para estas fechas". "Los precios hasta antes de Navidad fueron muy malos y mucha gente no quiso arriesgar", afirmó. Teniendo esto en cuenta, señaló que quienes sí asumieron el riesgo de iniciar un nuevo ciclo en esta campaña "están teniendo importantes ingresos". De hecho, según apuntó, "a día de hoy, la caja de entre 8 y 10 piezas se vende a unos 16 ó 18 euros".

Este descenso de la producción ya fue anunciado por PROEXPORT a finales de marzo, si bien es cierto que entonces cifraron la reducción de kilos en un 24'7%. Semanas más tarde, este anuncio se ha confirmado, aunque el descenso previsto por los exportadores se ha incrementado en algo más de 5 puntos porcentuales.

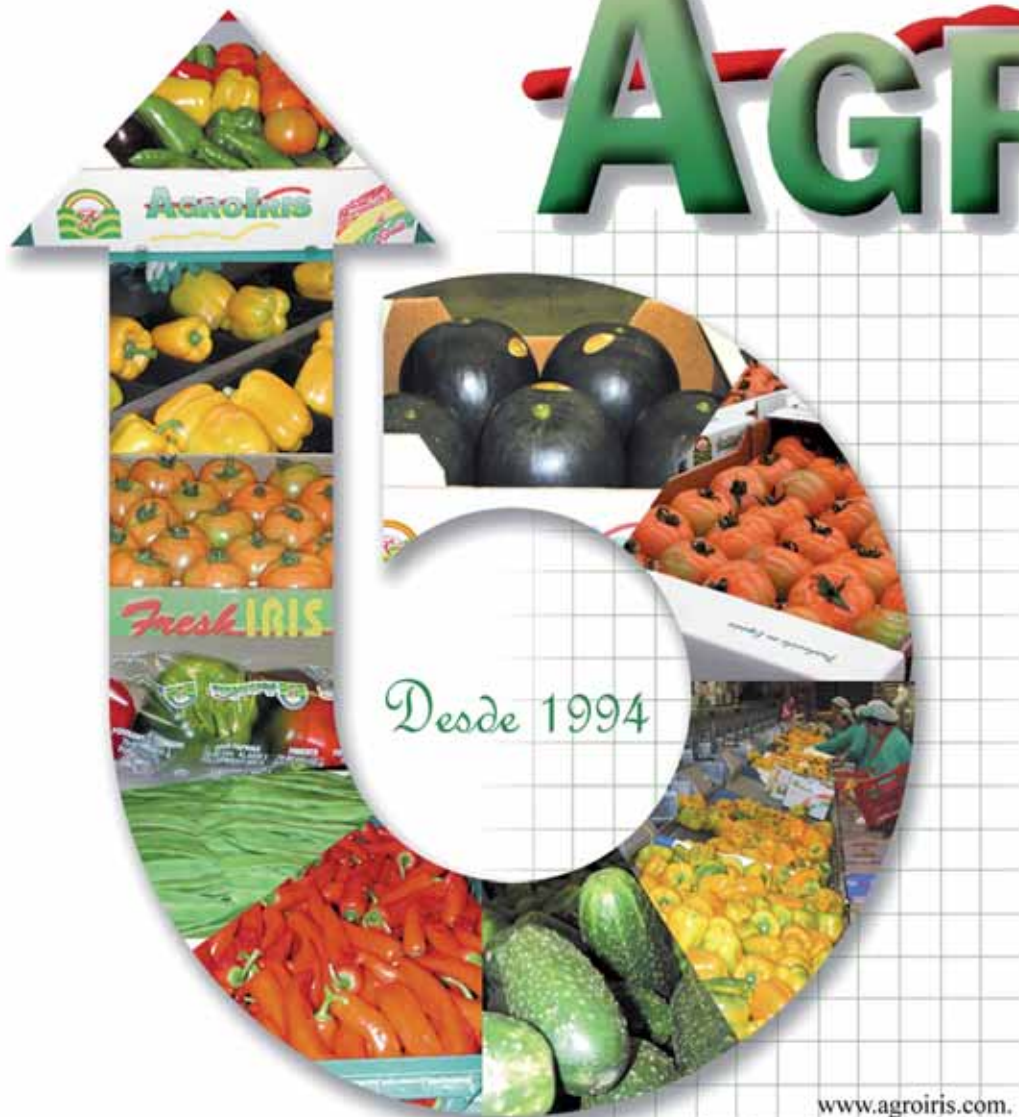
AÚN SIN AYUDAS

La deuda sigue sin refinanciar tras un mes de su aprobación

■ I. F. G.

Las organizaciones agrarias de la provincia denunciaron la "falta de interés" de la Junta de Andalucía por refinanciar la deuda de los agricultores y ganaderos, tal y como aprobó el Gobierno central hace algo más de un mes. Según explicó Francisca Iglesias, secretaria general de UPA-Almería, la Junta aún no ha publicado el Decreto necesario para que se puedan iniciar los trámites de las ayudas y, según les trasladó el delegado provincial de Agricultura y Pesca, Juan Deus, "no sabe por qué motivo no se ha sacado ya". Por su parte, Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, alertó de los problemas en la tardanza de estas ayudas. Y es que "la próxima campaña podría ser peor que ésta". Por último, los agricultores podrían quedarse sin subvención, ya que ésta es en concurrencia competitiva.

AGROIRIS



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.agroiris.com

fguil@agroiris.com / asalinas@agroiris.com

EL EJIDO: Ctra. Almerimar, s/n. Telf: 950 489075. Fax: 950 481261

ADRA: Puente del Río. Ctra. Nacional 340, km. 3,92. Telf: 950 568587

JORNADAS EN EL INTERIOR DE LA PROVINCIA

La convocatoria de ayudas agroambientales dedicará 25 millones a ecológicos

CIA

La secretaria general del Medio Rural y la Producción Ecológica de la Junta, Mabel Salinas, ha informado que se seguirá apoyando de forma "consistente" las producciones ecológicas mediante las ayudas agroambientales a la agricultura, la ganadería y la apicultura. Para ello la próxima convocatoria, en 2011, contará con una dotación aproximada de 25 millones de euros conforme a las previsiones de fondos del Plan de Desarrollo Rural, una asignación que servirá además para reforzar la transformación y comercialización y para desarrollar acciones destinadas a sectores "estratégicos", como la horticultura, y territorios relevantes como los espacios naturales.

En la actualidad, el presupuesto disponible para ayudas agroambientales destinadas a la agricultura ecológica está agotado debido a la gran demanda registrada por parte de un número cada vez más importante de productores. De hecho, en 2009 ya se registraron más de 8.400 operado-

res de agricultura ecológica en Andalucía. La Consejería de Agricultura realiza las gestiones oportunas para que Bruselas autorice una modificación puntual en el Plan de Desarrollo Rural (PDR) que permita canalizar nuevas ayudas agroambientales con remanentes de otras líneas de ayuda que no fueron agotadas, ya que si esos remanentes no se utilizan serían devueltos a las arcas comunitarias.

La secretaria ha hecho estas manifestaciones durante su participación en el foro de debate organizado por el Grupo Europa Agraria bajo el título 'La agricultura ecológica: ¿Un filón con limitaciones?', en el que ha insistido en el consumo interno y la necesidad de "potenciarlo" a través de planes específicos dirigidos a colegios, guardería, hospitales y centros de mayores principalmente. El aumento del número de consumidores de estas producciones es una de las claves del actual Plan de Agricultura Ecológica 2007-2013, un calificado como un "ambicioso proyecto".

COSTES DE PRODUCCIÓN

Los agricultores pagan por el gasóleo un 30 por ciento más que hace ahora un año

J. E. R.

El aumento de los costes de producción en agricultura viene a ser una constante en el desarrollo de la actividad. Muchas son las quejas que emanan desde las organizaciones más representativas y escasos los avances que se consiguen puesto que los gastos del profesional agrario siguen creciendo, una tendencia que no se refleja en los ingresos que obtienen por sus productos. En este debate, desde ASAJA están reivindicando estos días la publicación inmediata de la orden que regule la devolución del impuesto sobre hidrocarburos. En el último año, los agricultores han soportado un incremento medio del gasóleo de casi el 20%, según apunta ASAJA. No obstante, como se aprecia en el estudio llevado a cabo por

COAG, "desde abril de 2009 hasta ahora, el incremento ha sido del 30%". El estudio realizado por el Departamento de Economía Agraria de COAG refleja que, desde abril de 2009, el precio del gasóleo agrícola ha pasado de 0,58 euros por litro a 0,75 euros. "Si tenemos en cuenta que la capacidad media del depósito de un tractor es de unos 300 litros, llenarlo supone en la actualidad un coste para el agricultor de 225 euros, 51 euros más que hace tan sólo unos meses", señala Miguel López, secretario general de COAG.

"Con la mayoría de las explotaciones agrarias al borde de la quiebra técnica, cualquier incremento de los costes de producción supone un duro revés para las castigadas rentas de los agricultores y ganaderos", concluye López.

DECLARACIÓN DE LA RENTA

Los productores de Almería cuentan con la rebaja fiscal

PARA AGRICULTORES DE FRUTAS Y HORTALIZAS HAN BAJADO EL ÍNDICE DE RENDIMIENTOS DE UN 0,26 A UN 0,20, EN EL PRESENTE EJERCICIO

José Esteban Ruiz

La reducción en los índices de rendimiento aplicables en la presente campaña de la renta a las actividades agrícolas y ganaderas ha sido recibida con satisfacción en las distintas organizaciones agrarias. Para los productores de hortalizas se contempla una reducción de 0,26 a 0,20, una bonificación fiscal, como indican desde COAG, que "viene a sumarse a la reducción definitiva lograda en 2008 y que responde a la realidad del sector, ya que sufrió el pasado año una merma de producción a causa de una serie de circunstancias climatológicas adversas".

Las circunstancias excepcionales han generado una disminución de los índices en otros subsectores agrarios como en cítricos, siendo, como en hortalizas, 0,20; o en frutos secos que la rebaja ha llevado al índice de rendimientos al 0,13. Las organizaciones advierten que el borrador de la rebaja fiscal ha



■ Protagonistas a pié de calle pidiendo la rebaja en 2008.

dejado fuera de las bonificaciones a la apicultura o la ganadería que "sólo han obtenido ventajas en los municipios de Turre y Mojácar, afectados por el incendio del pasado verano". Por este motivo, aseguran que van a solicitar que los sectores que han quedado fuera se incluyan también en esta rebaja y que se amplíen a todas las comarcas de la provincia de Almería.

Tras las diferentes movilizaciones protagonizadas por las organizaciones agrarias hace ahora

aproximadamente dos años, y las continuas negociaciones, lograron reducir los índices de rendimiento de 0,37 a 0,26. Para el presente ejercicio, se ha aprobado una nueva rebaja fiscal. No obstante, para la Unión de Pequeños Agricultores, "las bonificaciones no deben ser transitorias porque los costes de producción son una realidad estable, así que lo que pedimos es que esta rebaja fiscal sea definitiva", mantiene Francisca Iglesias, secretaria general de UPA.

MERCADO SOLIDARIO



COAG recauda fondos para los damnificados de Haití

La Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos en Almería mostró su lado más humano y social con la cele-

bración de un mercado solidario para ayudar a los damnificados de Haití, en colaboración con el Grupo de voluntarios GEA. En me-

nos de cuatro horas lograron vender todas las hortalizas que donaron las empresas hortalizas, recaudando 3.000 euros.

Universidad

TÉCNICAS

Estudian mejorar la eficiencia de los fitosanitarios en invernaderos

■ E. Sánchez

Expertos del grupo Tecnología de la Producción Agraria en Zonas Semiáridas de la Universidad de Almería están analizando diferentes técnicas de aplicación de fitosanitarios en invernaderos para mejorar los tratamientos realizados con pistolas hidráulicas, en el marco de un proyecto de excelencia que la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia ha financiado con 186.668 euros. Asimismo, desarrollarán un modelo que permita determinar los volúmenes de aplicación en función del desarrollo de la vegetación, con criterios racionales y sencillos para el agricultor.

Según indican los científicos, el empleo de equipos de aplicación poco tecnificados, como las pis-



■ Fitosanitarios. / FHALMERIA.

tolas pulverizadoras, provoca la una baja eficiencia de los tratamientos, debido a la dificultad de regulación, la falta de uniformidad de la distribución del fitosanitario en las hojas y las pérdi-

das en el suelo. Como alternativa a la pistola hidráulica, están estudiando el comportamiento de equipos dotados con barras pulverizadoras verticales y sistemas fijos de nebulización.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos hasta el momento muestran que la barra de pulverización vertical distribuye mejor el tratamiento a la masa vegetal con menos esfuerzo y que reduce el volumen de aplicación en aproximadamente un 40%. Asimismo, están estudiando la eficacia de la nebulización, es decir, la aplicación de pequeñas gotas de agua en el ambiente de un invernadero para provocar una niebla, como método de aplicación de los tratamientos.

IFAPA Y UAL

Crean un máster para transferir el conocimiento

■ E. S. G.

El IFAPA y la UAL han acordado la creación para el próximo curso de un máster cofinanciado por ambas instituciones que sirva como eje de transferencia de conocimientos a los sectores productivos de Almería de las investigaciones del IFAPA, como base a la mejora de la competitividad en horticolas. Así, según ha informado Teleprensa en una nota, este acuerdo se ha dado a conocer por parte de Javier de las Nieves, presidente del IFAPA, durante la presentación de una nueva línea de trabajo que pretende mejorar la competitividad de los productos horticolas.

PRÓXIMO CURSO

Biotechnología Agroalimentaria, nueva titulación para 2011

■ E. S. G.

El rector de la Universidad de Almería, Pedro Molina, ha presentado el nuevo mapa de titulaciones de la UAL tras la aprobación por parte del Pleno del Consejo Andaluz de Universidades. En este sentido, entre ellas, destaca la nueva titulación de Biotechnología Agroalimentaria. Esta apuesta, según Molina, "se ha hecho corresponder con el futuro. De hecho, quiero que Biotechnología Agroalimentaria sea un referente internacional por su calidad". Asimismo, esta nueva titulación fue impulsada por el ex consejero de Innovación, Ciencia y Empresa, Martín Soler.



SERVICIO, CONTINUIDAD,
RELACIÓN CALIDAD-PRECIO

pimiento



pepino



calabacín



melón



sandía



berenjena



tomate



ANECOOP

i + D

CÍTRICOS

IFAPA estudia nuevas variedades de naranjas que permitan una producción más escalonada

■ Elena Sánchez

Investigadores de los centros IFAPA de Alcalá del Río, Palma del Río y Churriana están llevando a cabo un estudio con el que se pretende constatar la necesidad de introducir nuevas variedades de naranjas que, además de permitir una producción más escalonada, mejoren la calidad de la fruta con el fin de proporcionar valor añadido al producto, diversificar la oferta y facilitar su salida al mercado, algo que redundará en una mejora de la renta agraria de los agricultores.

En este sentido, a través del IFAPA se ha analizado la calidad y la producción de nueve variedades de naranjas de los grupos Blancas (tardías) y Navel (de media estación). La investigación se ha llevado a cabo en una finca experimental ubicada en la comarca de El Andévalo, en la provincia de Huelva. Tras un año de estudio, el equipo de investigadores del Ifapa ha detectado dife-

rencias significativas, tanto en la producción como en la calidad del fruto, entre variedades de cada grupo de naranjas que han sido objetos del ensayo.

RESULTADOS

Dentro de las Blancas, es la variedad 'Valencia Delta' la que presenta mayor interés agronómico, ya que muestra una elevada productividad junto a un elevado contenido en zumo. Asimismo, la variedad 'Barberina' es la que muestra mejor calidad organoléptica en su zumo tras realizar distintos muestreos. Por otro lado, los investigadores del IFAPA han establecido que en el caso de la 'Navel', son las variedades 'Lane Late' y 'Barnfield' las que presentan mayor productividad, obteniendo respectivamente entre 20 y 14 kilos por árbol y una mejor calidad de sus frutos.

Este proyecto comprende tres bloques fundamentales que son la experimentación citrícola, prin-

cialmente sobre material vegetal, con la adaptación de distintas variedades y patrones a las distintas condiciones de cultivo en Andalucía; la transferencia de tecnología a técnicos, agricultores y divulgación y cualificación profesional de trabajadores agrícolas, mediante la formación y divulgación de los resultados de experiencias realizadas, y la investigación citrícola.

PROYECTO TRANSFORMA

Este proyecto de campo forma parte de la primera fase del proyecto 'Transforma de Cítricos', basado en la evaluación de nuevas variedades y patrones de cítricos en distintas condiciones de cultivo mediante el empleo de una red de 14 fincas ubicadas en las provincias de Sevilla, Córdoba, Huelva, Almería y Málaga. Asimismo, el Proyecto Integrado se inició en 2008 e integra actividades en materia de formación en respuesta a la demanda.



■ El estudio se ha realizado con naranjas tipo Blancas y Navel. / FHALMERÍA

MEJORAS AGRONÓMICAS



Técnicas para mantener el olivar apto todo el año

■ E. S. G.

Investigadores del CSIC y del IFAPA van a desarrollar estrategias para favorecer la acción de los crisópodos contra las plagas del olivar. En una nota, Andalucía Innova ha explicado

que se trata de unos insectos característicos del olivar que llevan a cabo una importante acción beneficiosa, ya que deboran plagas como la palomilla, la cochinilla o el algodoncillo. Así, los expertos mejoran el control natural del olivar.

COMPETITIVIDAD

Agricultura otorga 200.000 euros a proyectos de mejora de cultivos

■ E. Sánchez

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, a través del centro de Investigación y Formación Agraria y Pesquera, IFAPA, ha otorgado 200.000 euros a una nueva línea de trabajo enmarcada en el Área de Mejora y Biotecnología de Cultivos y que integra a varios proyectos con el fin de mejorar la competitividad de los productos hortícolas, como la calabaza o el calabacín y dotarles de valor añadido.

En este sentido, el principal objetivo del proyecto para la mejora genética del cultivo de calabacín es el desarrollo de programas de mejora clásica y la identificación de genes que permitan obtener variedades con mayor productividad, con menores re-



■ Javier de las Nieves. / FHALMERÍA

quisitos de insumos, mayor calidad sensorial y nutricional y adaptadas a la IV gama.

De esta forma, se conseguirá un mapa genético que potenciará los programas actuales para obtener variedades con frutos de mayor

vida útil y mayor contenido en carotenos, entre otras propiedades. Asimismo, desde la Junta han informado que la línea de trabajo también contempla la ampliación del banco de germoplasma con variedades tradicionales de calabaza y calabacín, con el fin de sustituir un auténtico reservorio de variabilidad genética para el desarrollo de variedades comerciales que incorporen los caracteres favorables de los productos hortícolas tradicionales, como el sabor o tipología del fruto.

Con todo ello, el presidente del IFAPA, Javier de las Nieves, ha destacado el esfuerzo investigador y capacidad de trabajo de este centro de investigación almeriense. En esta ocasión será con el calabacín, cuarto cultivo en importancia en cuanto a productividad y rentabilidad.

EN OCTUBRE...

Un máster para investigar las propiedades de frutas y hortalizas

■ Elena Sánchez

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía ha informado de que va a impulsar la investigación sobre las propiedades de los productos agroalimentarios andaluces mediante un Máster en Alimentación Mediterránea, con el que se pretende profundizar los valores saludables, ecológicos y culturales de este modelo nutritivo, sin olvidar la innovación. En este sentido, desde la Consejería han dado a conocer que este curso postgrado se impartirá de forma virtual a partir del próximo mes de octubre a través de la Universidad Internacional de Andalucía y permitirá a profesionales y expertos en ciencia y tecnología de los alimentos, dietética y nutrición, medicina y farmacia, entre otras materias, conocer mejor la realidad de la industria agroalimentaria y su vinculación con las nuevas tecnologías, la investigación, la gastronomía y la salud. Esta formación se completará con la realización



■ Alimentos que se cultivan en la Comunidad andaluza. / FHALMERÍA

de prácticas en empresas agroalimentarias y el desarrollo de proyectos de investigación en campos como el de los cereales, las frutas y hortalizas, el pescado, el aceite de oliva, el vino, la carne o los lácteos.

Y es que, en definitiva, el reto es la integración total entre universidad y empresa, con la inserción laboral y la transferencia de conocimiento como metas últimas. Asimismo, este plantel mul-

tidisciplinar abordará aspectos como las propiedades de los diferentes ingredientes que componen la Dieta Mediterránea y su relación con la prevención de enfermedades crónicas, el papel de las denominaciones de origen y los sellos de calidad o los fundamentos de la producción ecológica. Unos contenidos entre los que se incluyen el estudio de los sistemas de producción y el análisis de los hábitos alimenticios.

CÁDIZ

Obtienen fertilizantes a partir de subproductos del procesado de la uva

■ E. S. G.

Un grupo de expertos de la Universidad de Cádiz junto con una empresa andaluza han demostrado la viabilidad de producir abono procedente de diferentes subproductos orgánicos del procesado de aceituna de mesa. Según ha informado Innovapress en una nota, los investigadores emplean lodos industriales derivados de las operaciones de procesado, materiales procedentes de la molturación del hueso de la aceituna, previa a su utilización como fuente de biomasa en calderas y poda de olivar. De hecho, tras el análisis de los subproductos, los expertos de la UCA han demostrado la viabilidad del proceso de compostaje de distintas mezclas de esos materiales.

Según ha explicado el responsable del proyecto, se basa en el compostaje tradicional al

aire libre, mediante el método de apilamiento y volteo. Con esta técnica, los compuestos van fermentando gracias a distintos microorganismos y se obtiene un compost libre de compuestos tóxicos para el desarrollo de los cultivos.

Para ello, Innovapress ha informado que los expertos utilizan diferentes mezclas de los subproductos, a los que añaden material nitrogenado y aporte de restos de poda de olivar como material estructurante.

Así, el resultado es un abono orgánico que supone una alternativa a los métodos tradicionales de gestionar los residuos del proceso industrial de obtención de aceituna de mesa. Este proyecto, no obstante, plantea una gestión interna de estos subproductos como la ventaja económica y medioambiental, ya que se gestiona un producto procesado de forma externa.



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)

Industria agraria

CAMBIOS EN AEPLA

El sector fitosanitario aumenta en un 70% su inversión en I+D en diez años

SERGIO DEDOMINICI, NUEVO PRESIDENTE DE AEPLA, AFIRMA QUE LA INVESTIGACIÓN PERMITE OFRECER EL MEJOR PRODUCTO AL CLIENTE

■ Isabel Fernández

Sergio Dedominici, nombrado recientemente nuevo presidente de la Asociación para la Protección de las Plantas (AEPLA), afirmó que “en los últimos 10 años, la inversión de nuestro sector en I+D se ha incrementado un 70%”. Así lo corrobora, según explicó, un estudio realizado por la consultora Philips McDouglas y que se publicó hace poco.

Esta cifra pone de manifiesto la importancia que este sector otorga a la investigación, ya que, según Dedominici, “creemos que invirtiendo en el desarrollo de nuevas soluciones podremos ofrecer a nuestros agricultores las mejores herramientas para proteger



■ Sergio Dedominici, nuevo presidente de AEPLA. / FHALMERÍA

sus cultivos, garantizando altos estándares de seguridad a nuestros consumidores y respondiendo a la preocupación de nuestra sociedad por el respeto al medio ambiente”. Aún así, y pese al esfuerzo realizado por el sector para

buscar nuevas soluciones que den respuesta a las demandas de los agricultores, lo cierto es que éstas tardan en llegar a sus manos debido a la lentitud con la que todavía se autorizan nuevas materias activas en España.

En este sentido, Dedominici apuntó que el sistema de registro fitosanitario, “en nuestra opinión burocratizado en exceso, da como resultado un proceso lento y complejo, que podría aligerarse si se centralizara su gestión en una única autoridad”. Esta lentitud, a su juicio, “coloca en clara desventaja a nuestros agricultores frente a los de otros países comunitarios”. Sin embargo, y a pesar de ello, “nuestras autoridades no parecen comprender las dificultades que este lento, complejo y costoso proceso genera en nuestro sector y, sobre todo, el efecto multiplicador que tiene en la producción agrícola y, en consecuencia, del sector agroalimentario, el 17% del PIB español”.

OBJETIVOS

Sergio Dedominici acaba de ‘aterrizar’ en la presidencia de AEPLA, pero ya tiene claros cuáles serán sus objetivos para su tiem-

po de mandato. Así, y junto a su intención de contribuir a acelerar el actual proceso de registro de productos fitosanitarios, afirmó que otro de sus mayores retos es trabajar en “la necesidad de una adecuada aplicación de la nueva normativa comunitaria”. De este modo, el presidente de AEPLA explicó que “la aplicación de la nueva legislación fitosanitaria requiere del desarrollo de un adecuado Plan de Acción Nacional”. Un plan en el que “nos gustaría participar”.

Junto a esto, comentó que “continuaremos colaborando con nuestras autoridades y con el Seprona de la Guardia Civil en la lucha contra el tráfico ilegal de fitosanitarios”. Aún así, insiste en que su gran prioridad será “trabajar por desbloquear el paralizado sistema de registro nacional de productos fitosanitarios”. Por último, el presidente de AEPLA destacó el papel que, aún a día de hoy, juegan los fitosanitarios en el sector agrícola. “Nuestros productos siguen siendo indispensables para combatir las plagas y enfermedades que amenazan nuestros cultivos”, afirmó y añadió que, en la agricultura integrada, su papel es “esencial para garantizar un adecuado y suficiente suministro de productos frescos asequibles”.

INFORMES

España es el segundo país europeo con más empleados en la industria alimentaria

■ I. F. G.

España es el segundo país de la Unión Europea (UE) en el que más personas trabajan en el sector de la industria alimentaria, sólo por detrás de Alemania. Así se desprende de un informe de la Confederación Europea de Empresas de Alimentación y Bebidas (CIAA) que indica que, en total, son 502.000 los empleados en España en este sector. Según este mismo estudio, que maneja datos de 2008, este país sería, por otro lado, el quinto entre los Veintisiete en ventas en este sector, con 83.000 millones de euros, por detrás de Francia, Alemania, Italia y el Reino Unido.

A nivel comunitario, la fabricación de alimentos y bebidas al-

canza, según este informe, una facturación de 965.000 millones de euros y da trabajo a 4’4 millones de personas en un total de 310.000 empresas. Estos números convierten a la industria alimentaria en el principal sector manufacturero de la UE, tanto en términos de facturación como de empleo, por encima, incluso, del sector automovilístico o el químico.

Por último, el estudio de la CIAA analiza las tendencias en innovación alimentaria, dentro de las cuales, según afirma, Europa avanza en “s sofisticación” y en “variedad sensorial”, aunque también son importantes las categorías relacionadas con la salud. Y es que los alimentos funcionales van cobrando importancia.

EN ALIMENTARIA 2010

La IV y V gama podrían aumentar la rentabilidad de la restauración

■ I. F. G.

El Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA participó recientemente en Alimentaria 2010, en Barcelona, donde, según explicaron en una nota, pudieron constatar que, a día de hoy, el mayor beneficiado de los productos de IV y V gama son los caterings. En este sentido, explicaron que “este tipo de productos ofrece al sector de la restauración la posibilidad de nuevos servicios por la facilidad de manipulado que aportan, además de tener la seguridad de que estos productos ofrecidos están a la altura de cualquier plato elaborado ‘in situ’ por un chef”.

Teniendo esto en cuenta, “la incorporación de la IV y V gama



■ Sandía. / FHALMERÍA

podría llegar a aumentar la rentabilidad en el sector HORECA, ya que este tipo de productos nos aporta calidad y presentación con un mínimo de mani-

pulado por nuestra parte, con el consecuente ahorro de costes”.

Desde TECNOVA indicaron que, poco a poco, este tipo de alimentos va cobrando importancia en la sociedad actual, que los va demandando más. Esto supone, a su juicio, “una vía mediante la que poder otorgar un valor añadido a la producción hortofrutícola de Almería” y, con ello, una posibilidad de dar salida a una gran parte de la producción que, probablemente, no tendría un lugar en el mercado en fresco. Por último, apuntaron que “nos encontramos en una posición donde saber incorporar a tiempo a las demandas de mercado nos va a permitir poder abordar la deslocalización de la producción desde un lugar de privilegio”.

Ganadería

DISCRIMINACIÓN



■ 40 ovejas de un ganadero están muriendo asfixiadas por culpa del bolo ruminal. / FHALMERÍA

La Delegación de Agricultura obliga a poner el bolo a las ovejas por falta de crotales electrónicos

■ Rafa Villegas

La situación que están padeciendo los ganaderos de ovejas de la provincia almería es, cuanto menos, insólita. Según ha explicado la secretaria general de UPA en Almería, Francisca Iglesias, si bien tras las presiones de esta organización lograron que el sistema de identificación no fuera sólo el bolo ruminal, los problemas continúan. Y es que, como ha asegurado, “a los ganaderos ovinos los están amenazando con que si no identifican a sus animales antes del próximo 14 de mayo los sancionarán y les quitarán las subvenciones”.

El problema radica en que, como ha explicado Iglesias, “la alternativa, que es el crotal electrónico, no está disponible, por lo que obligan a que se identifiquen con los crotales”.

Para colmo de males, la Delegación está obligando, como ha asegurado Iglesias, “a los ganaderos a pagar el coste, un extremo que no está escrito en ninguna parte”.

Lo inexplicable del todo es que, por ejemplo, a los ganaderos caprinos sí les están permitiendo superar la fecha del 14 de mayo porque entienden su buena voluntad y que estén a la espera del microchip en la pata, la alternativa al bolo para identi-

ficar a las cabras. Entonces ¿por qué no usan la misma vara de medir con los ganaderos ovinos? Según Iglesias, “ni siquiera el delegado, Juan Deus, con el que nos reunimos el 26 de abril, supo contestarnos a la pregunta”.

ANIMALES MUERTOS

Un ganadero del Norte de la provincia le ha puesto el bolo a 40 ovejas y éstas se están muriendo asfixiadas. Lo peor es que lo hizo para no perder la subvención, como ya le ocurrió el año pasado, y todo el mundo echa balones fuera y no le dan solución alguna. Los animales mueren poco a poco y sufriendo.

INCUMPLIMIENTOS

UPA denuncia especulación en el precio de la leche

■ R. V. A.

UPA Almería lamenta que se estén multiplicando los casos en los que, como han explicado, “los productores de leche de Andalucía reciben órdenes de las empresas que comercializan su producto para que dejen de enviarlo”.

La organización recuerda a las empresas su obligación de “cumplir con las obligaciones contractuales contraídas con los ganaderos” y ha planteado la necesidad urgente de establecer un contrato tipo regulado por la Administración.



■ Cabras. / FHALMERÍA

Por ello, UPA solicita una línea de ayuda para dotar a las cooperativas o agrupaciones de ganaderos de las infraestructuras necesarias para la obtención de leche en polvo. Además, recuerdan a los ganaderos almerienses que están “a su lado para asesorarles sobre cualquier problema legal que se plantee”.

MOVILIZACIONES

Los cabreros almerienses derramaron litros de leche en una protesta en Albacete

■ R. V. A.

Cabreros almerienses asociados a COAG se desplazaron a la localidad albaceteña de Villarobledo para protestar junto a colegas del resto de Andalucía, Murcia y Castilla-La Mancha por la situación que padece el sector ante las puertas de las fábricas de queso García Baquero y Forlana. Y es que, entre ambas empresas controlan prácticamente el 70 por ciento del volumen de le-

che de cabra de todo el ámbito nacional.

COAG ha querido recordar que, en el último año, “los precios que perciben los productores han bajado un 15 por ciento, pasando de las 80 pesetas por litro que recibían en abril de 2009 a las 68 que les pagan ahora. Esto ha provocado pérdidas de más de 30 millones de euros debido al incremento de los costes de producción y las inversiones para modernizar explotaciones”.

PROBLEMAS

■ J. E. R.

El Partido Popular, a través del parlamentario andaluz por Almería, José Cara, ha solicitado a la consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, una comparecencia pública en la que exponga qué medidas baraja el Gobierno para solucionar la difícil situación por la que atraviesan los ganaderos de caprino, principalmente para aquellos que se dedican a la pro-

El Partido Popular exige a Clara Aguilera que aporte soluciones a la crisis del caprino

ducción de leche, “mayoritarios en nuestra provincia con respecto al resto de provincias de Andalucía”, puntualiza Cara.

Los populares desean conocer cuanto antes la postura del Ejecutivo andaluz ante este problema. Al respecto Cara mantiene

que “las ayudas por parte de la Consejería son absolutamente necesarias, ya que esta situación es fruto de la baja rentabilidad de las explotaciones”. El parlamentario andaluz opina que “la Junta ha preferido mirar hacia otro lado y hacer caso omiso a las peticiones

de un sector que lo está pasando realmente mal y que necesita con urgencia que el Gobierno andaluz actúe”.

Cara señala que “lo que ocurre demuestra que las ayudas de la PAC son un auténtico fracaso, como también parece que lo será

el proyecto de Ley sobre la Ganadería de la Dehesa”. Sobre el debate de este proyecto en el Parlamento, Cara comenta que “los agentes sociales han expuesto ante los grupos políticos que mientras no se garantice la rentabilidad del sector ganadero, la futura ley no tendrá ninguna validez ni servirá para nada”. Así, el PP espera que desde la Consejería se actúe con urgencia “porque si no, parte de las hectáreas de la dehesa pasarán a actividades más rentables”.

Legislación

FRENTE A LA CE

El PE aboga por mantener las normativas de calidad

■ I. F. G.

El Parlamento Europeo (PE) adoptó recientemente el informe 'Política de calidad de los productos agrícolas: ¿qué estrategia seguir?', en el que explica que "las normas de comercialización sectoriales desempeñan un papel importante en la cadena de producción y que, por tanto, deben mantenerse". Así lo indicaron desde la Federación Española de Productores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (FEPEX), desde donde recordaron, además, que esta postura es contraria a la de la Comisión Europea (CE), que acordó la eliminación de las normas de calidad comercial de 26 frutas y hortalizas desde el pasado 1 de julio de 2009.

En la resolución adoptada por el Parlamento comunitario, se especifica, además, que "dichas normas hacen transparentes los cambios que se producen en el mercado y permiten a los compradores comparar precios, medidas y calidades de productos, garantizando un marco equitativo de condiciones de competencia en Europa". Por todo ello, desde FEPEX consideraron que la CE debería tener en cuenta la resolución del PE y, así, incluir sus propuestas y restablecer las normas de calidad comercial en frutas y hortalizas.

MÁS PROPUESTAS

Por otro lado, el informe adoptado por la institución comunitaria incluye, según FEPEX, recomendaciones relativas a la calidad como, por ejemplo, que "es necesario un control más estrecho y una mayor coordinación entre la Comisión y los Estados miembros para asegurar que los productos alimenticios importados cumplan con las normas europeas de calidad y seguridad alimentaria, así como con las medioambientales y sociales". Por último, respecto a los requisitos de producción, "considera conveniente que se indique el país de origen de los productos agrícolas frescos".

COHESIÓN

LiderA identificará las políticas de todos los Grupos de Desarrollo Rural

LOS EMPRENDEDORES RURALES CONTARÁN CON 516 MILLONES DE EUROS HASTA 2015 PARA LA PUESTA EN MARCHA DE PROYECTOS

■ Isabel Fernández

Los 52 Grupos de Desarrollo Rural de Andalucía (GDR) contarán por primera vez con una marca única que ayude a identificar sus políticas. Así lo destacó la consejera andaluza de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, durante el acto de presentación de la marca 'LiderA', donde también presentó un catálogo con esta nueva imagen corporativa. En este catálogo se recogen todas las ayudas, financiadas por el Fondo Comunitario Feader, y a las que pueden optar los emprendedores rurales.

En este sentido, el marco 'LiderA' 2009-2015 cuenta, según indicaron desde la Administración andaluza, con una partida presupuestaria para ayudas a emprendedores rurales de 516 millones de euros. De esta cifra, 217 millones ya han pasado a manos de los GDRs para el primer período, 2009-2011. Asimismo, para Agui-



■ Clara Aguilera durante la presentación de la marca. / FHALMERÍA

lera, ésta es una cantidad "sin parangón" en otras comunidades autónomas y que viene, además, a casi duplicar la del anterior marco 2007-2009.

La consejera andaluza del ramo señaló el papel activo que desempeñan los emprendedores en el diseño y gestión de líneas de actuación que promuevan la creación de empleo y riqueza en los pueblos y comarcas. Por ello, definió 'LiderA' como "una política de desarrollo rural hecha por y

para las personas", que son las que, a través de sus correspondientes GDRs deciden cuál es la estrategia más adecuada para su zona, gestionando también las ayudas para los distintos proyectos. Se trata de "un enfoque ascendente, de abajo a arriba, de las políticas de desarrollo rural europeas, que han contado siempre con un claro referente en Andalucía, donde han cosechado magníficos resultados", explicó Clara Aguilera.

Por otro lado, comentó que, de las ayudas previstas para el nuevo marco 'LiderA' se beneficiarán más de 3'6 millones de andaluces que viven en los territorios rurales. Para que esto sea así, los GDRs ya han registrado alrededor de 1.700 proyectos, con una inversión estimada superior a los 200 millones, de los que 1.090 ya han iniciado su procedimiento.

LA MARCA

La marca 'LiderA', según explicó la consejera de Agricultura, aún en su denominación la palabra 'líder', castellanización del término inglés 'leader', muy conocido en las políticas de desarrollo rural y la 'A' de Andalucía. A ello se suma, además, la representación gráfica de una maceta de geranios, un icono identificativo de los pueblos andaluces que, al mismo tiempo, simboliza la necesidad de apoyarse -suele colgarse de una pared- y de los cuidados, que sólo pueden proporcionar las personas. Los GDRs también contarán con 400 millones procedentes de la aplicación de la Ley de Desarrollo Sostenible del Medio Rural.

CONVOCATORIAS

Financiación para las interprofesionales

■ I. F. G.

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) concederá ayudas a las interprofesionales agroalimentarias, cuyo ámbito de actuación se extienda a todo el territorio nacional, para acciones como, por ejemplo, la realización de campañas de información y promoción, incluida la creación de imagen externa.

Asimismo, las subvenciones que se concedan podrán destinarse a la elaboración de estudios, dotación de sistemas informáticos de acopio, tratamiento y transmisión de datos y al equipamiento e instalación de laboratorios de control. En este sentido, para el des-

arrollo de funciones y la ejecución de planes marco específicos para el impulso y desarrollo interprofesional, se destinarán unos 2 millones de euros, mientras que las ayudas para gastos de asistencia técnica tendrán una cuantía máxima de 400.000 euros.

Para su concesión, según indicaron desde el propio Ministerio, se tendrán en cuenta aspectos como, por ejemplo, la repercusión, relevancia e interés objetivo de la acción, la calidad y viabilidad de la actividad a desarrollar, la adecuación de la metodología y del plan de trabajo a los objetivos propuestos por la interprofesional, así como la estructura y capacidad de gestión de la organización solicitante.

AYUDAS

ENESA destina 604.000 euros a subvencionar a las OPAs y cooperativas

■ I. F. G.

La Entidad Estatal de Seguros Agrarios (ENESA) ha abierto dos convocatorias para conceder ayudas por valor de 604.000 euros a las Organizaciones Profesionales Agrarias (OPAs) y cooperativas de ámbito nacional. La primera de ellas va destinada a conceder ayudas a la colaboración y asistencia a los grupos de trabajo y de normativas que emanan de la Comisión General de ENESA desde el 1 de enero hasta el 31 de octubre de 2010. Esta primera línea cuenta con un presupuesto

de 345.348 euros. El 50% de esta cantidad se distribuirá a partes iguales entre OPAs y cooperativas, mientras que el 50% restante se repartirá en función de la participación de cada uno en los grupos de trabajo y de normativa.

En lo que respecta a la segunda convocatoria, ésta va destinada a la colaboración con la entidad estatal como miembros de su Comisión General. En este caso, el presupuesto es de 259.011 euros, repartido a partes iguales entre las cuatro organizaciones miembro de la Comisión.

Marketing

RIJK ZWAAN Y ALMERIMATIK

Empresas agrícolas difunden el turismo de la provincia

■ Isabel Fernández

Almería acogió recientemente la convención de directores de soluciones y desarrollo de tecnología de Rijk Zwaan. Un encuentro en el que se analizó el desarrollo tecnológico del sector y tras el cual la casa de semillas y su socio tecnológico Almerimatik pudieron promocionar el turismo activo y gastronómico de la provincia entre los profesionales llegados de Alemania, Francia y Holanda.

De este modo, Almerimatik, según informaron en una nota, preparó una jornada lúdica en la que los visitantes pudieron conocer los valores del Desierto de Tabernas. En su recorrido por la zona, los

participantes en la convención de la casa de semillas conocieron la almazara Olivar del Desierto, donde probaron el aceite Castillo de Tabernas y, además, realizaron una degustación de las conservas de La Gergaleña.

Más tarde, y para culminar la jornada, los profesionales que llegaron a la provincia pudieron disfrutar de un menú elaborado por el chef Antonio Gázquez, creador, a su vez, de las distintas conservas de La Gergaleña. Daniel Bosquet, director de Sistemas y Telecomunicaciones de la multinacional holandesa, aseguró tras esta jornada que "la percepción de los visitantes ha sido muy positiva". Es más, según apuntó, "les ha en-

cantado el paisaje y la gastronomía y, del mismo modo, me han trasladado su agradecimiento por la excelente organización por parte de Almerimatik".

WIFI

Por otro lado, en la actualidad, ambas compañías trabajan en la puesta en marcha de un sistema wifi en sus instalaciones de Almería para cubrir las oficinas centrales y, como novedad, permitir el wifi en los invernaderos de investigación del futuro. A este respecto, Francisco Javier de Linaza, director general de Almerimatik, afirmó que "es una satisfacción que las multinacionales, cuando se instalan en Almería, confíen en las empresas de la provincia y nos permitan contribuir a su promoción en otros países con acciones como la celebrada en el Desierto de Tabernas".

PROMOCIÓN

Los alimentos 'premium', la última apuesta del sector

■ I. F. G.

Las empresas andaluzas participantes en el último Salón Internacional del Gourmets de Madrid reafirmaron su apuesta por la entrada en los circuitos gourmet de distribución y en la alta restauración con alimentos 'premium', así como por la diversificación y la internacionalización. De este modo, por ejemplo, denominaciones de origen como 'Los Pedroches' o 'Baena' acudieron a la cita con la intención de promocionar sus alimentos, especialmente el jamón ibérico puro de bellota, en el caso



■ I.G.P. almeriense. / FHALMERÍA

del primero, y aceite de oliva, el caso segundo, entre todos los profesionales allí reunidos.

La intención de ambas denominaciones, como de otros muchos consejos reguladores asistentes al evento, es abrir la puerta a sus productos en los circuitos gourmet, restaurantes, hoteles y consumidores.

WWW.CULTURA-AGRO.COM

HORTYFRUTA lanza una Web sobre cultura

■ E. S. G.

HORTYFRUTA ha puesto en funcionamiento una Web para la información, sensibilización y formación en la agricultura intensiva que estará disponible hasta septiembre. Según han informado, la Web (www.cultura-agro.com) difundirá las actividades del proyecto 'Cultura Agro', que incluye cursos, seminarios y estudios y mucha información más.



EN LA AXARQUÍA

El aguacate, protagonista en los restaurantes

■ I. F. G.

Una treintena de restaurantes de la comarca malagueña de la Axarquía ha participado en las II Jornadas Gastronómicas del Aguacate y lo ha hecho preparando menús basados en este producto. La intención no es otra que promocionarlo. Y es que, la Axarquía es la primera exportadora a nivel mundial de

aguacate. Precisamente por ello, este año se han adelantado las jornadas, que concluyen el 30 de abril, para que el producto "esté en óptimas condiciones de maduración", como afirmó el organizador del evento, César Díaz, en Portal Besana.

De este modo, cada uno de los restaurantes participantes - 31 en total - ha elaborado un mínimo de cinco platos, por lo que la oferta final ha superado las 150 degustaciones. El éxito de esta segunda edición es tal que, de hecho, la cifra de restaurantes participantes se ha duplicado con respecto a la anterior.

fhalmería
Revista Agraria Mensual de la Provincia de Almería

Nueva imagen.
Más intuitivo, más completo, precios al día...
más interactivo

Pasado de las Lomas, 157, bajo. El Ejido - Almería. Tel 950 571346 / Fax 950 572146 / Email comercial@fhalmeria.com

Medio ambiente

SELLO DIFERENCIADOR

Una veintena de empresas cuenta ya con el distintivo 'Parque Natural'

EN TOTAL, SON 148 LOS PRODUCTOS DE LA PROVINCIA ALMERIENSE QUE LLEGAN A LOS MERCADOS CON ESTE SELLO DE LA JUNTA

■ Isabel Fernández

Una veintena de empresas de la provincia cuenta ya con el distintivo 'Parque Natural' de la Junta de Andalucía, tras la incorporación reciente de dos nuevas compañías. Jamones El Peña, de Sierra María-Los Vélez, y Apartahotel Vistamar, en el Cabo de Gata-Níjar, han sido los últimos en recibir de parte de la Consejería de Medio Ambiente las placas y diplomas que los acreditan como poseedores de este sello. Su objetivo no es otro que, según explicaron desde la Administración autonómica, contribuir a convertir los importantes recursos naturales de Almería en motor de desarrollo, fomentando, para ello, iniciativas empresariales y mejorando la comercialización de sus productos y servicios.



■ Este hotel se incorporó hace poco. / FHALMERÍA

En total, en la provincia almeriense, son 148 los productos de esta veintena de empresas que ostentan el sello y que se reparten por los parques naturales de Sierra María-Los Vélez, Cabo de Gata-Níjar y el Parque Nacional

y Natural de Sierra Nevada. Quince de estas empresas, según indicaron desde la Administración andaluza, ofrecen 131 servicios turísticos de naturaleza, como pueden ser alojamientos en casas rurales y hoteles, restaurantes, rutas

submarinas o excursiones por senderos. Asimismo, otras tres trabajan en el sector agroalimentario y comercializan 15 productos, entre ellos, vinos, jamón y diferentes tipos de quesos. Por último, otra de estas compañías se dedica a la fabricación de productos artesanales.

El Gobierno autonómico inició la concesión de la marca 'Parque Natural de Andalucía' en el año 2000 y lo hizo con el objetivo de incentivar las actividades empresariales que impulsan el desarrollo económico sostenible de los parques naturales, compatibilizando su preservación con el aprovechamiento de sus recursos naturales. Para lograr este objetivo, la Junta no para de poner en marcha distintas iniciativas de promoción, entre ellas, el autobús de la propia marca.

'DE VIAJE'

Con el fin de dar a conocer la imagen de este distintivo de la Junta de Andalucía, la Federación de Asociaciones de Empresas Li-

cenciatarias de la Marca Parque Natural de Andalucía (FASEPAN) arrancó el autobús que, sobre todo en el mes de mayo, recorrerá las ocho provincias andaluzas mostrando las características del sello. En este sentido, ya a finales del pasado mes de marzo, se presentó el vehículo expositor que cumplirá con un calendario de actuaciones en materia de promoción y difusión de esta marca.

Durante su paso por las ocho provincias andaluzas, este particular autobús también estará presente en ferias de promoción, jornadas de sensibilización a empresarios y consumidores finales de los productos. En definitiva, la idea es que nadie se quede sin conocer este distintivo que pretende aunar la actividad empresarial con el entorno en el que ésta se ubica.

Teniendo esto en cuenta, según apuntaron desde la propia Administración andaluza, FASEPAN ha perseguido contar con una herramienta versátil, capaz de llegar a la mayoría de los pueblos de los parques naturales y ofrecer proximidad a empresarios que puedan estar interesados en obtener licencia de uso de esta marca para sus productos, así como trasladar esta misma información a agentes locales responsables de la dinamización del territorio. Para ello, el vehículo cuenta con todo el mobiliario necesario.

PROTECCIÓN AL ENTORNO

Roquetas aumentará los controles sobre los vertidos residuales en Las Salinas

■ I. F. G.

El Ayuntamiento de Roquetas de Mar afirmó recientemente, a través de un comunicado, que ha intensificado las medidas de control para evitar los vertidos de residuos en la zona de Las Salinas de San Rafael. Asimismo, advirtió a la población de que el incumplimiento de la norma será sancionado, según establece la ordenanza reguladora. Para evitar estos posibles incumplimientos, el concejal de Salud y Medio Ambiente roquetero, Antonio García, indicó que se han instalado carteles informativos y que, es más, sólo los camiones municipales tienen acceso a la zona "porque se están tapando con los materiales adecuados todas las lagunas pro-

vocadas por las últimas lluvias, además de llevarse a cabo la limpieza exhaustiva de todo tipo de materiales que se han arrojado en la zona, como plásticos y maderas".

Precisamente, según explicó el alcalde de Roquetas de Mar, Gabriel Amat, con anterioridad, fueron estos trabajos los que dieron lugar a la plaga de mosquitos que hizo saltar la alarma y que dio lugar a la crítica de la formación municipal de IULV-CA. Ya entonces, el regidor roquetero explicó que, debido a que la zona presentaba gran cantidad de charcas propiciadas por el aumento del nivel freático, aparecieron los mosquitos. Para combatirlos, se procedió a movimientos de tierra a fin de tapar estos charcos.

ADECUACIÓN

Los municipios de Vícar y Albox inician la recuperación de ramblas

■ I. F. G.

Los municipios de Vícar y Albox ya han dado 'luz verde' a las obras de recuperación de sus ramblas. Unas obras con las que se pretende mejorar la calidad de vida de sus vecinos y, a su vez, evitar posibles avenidas de agua derivadas de la acumulación de residuos en estos cauces secos de ríos. En este sentido, en el caso de la Rambla del Pastor, en el municipio vicario, fue el consejero de Medio Ambiente de la Junta, Juan José Díaz, el encargado de poner la primera piedra de estas obras, que cuentan con un presupuesto de 10'5 millones de euros y que contribuirán a la creación de 140 empleos.

Los trabajos se desarrollarán en un tramo de casi 1'5 kilómetros y, junto a la creación de una



■ El consejero de Medio Ambiente en Vícar. / FHALMERÍA

zona de recreo, se plantarán especies arbóreas propias de la zona.

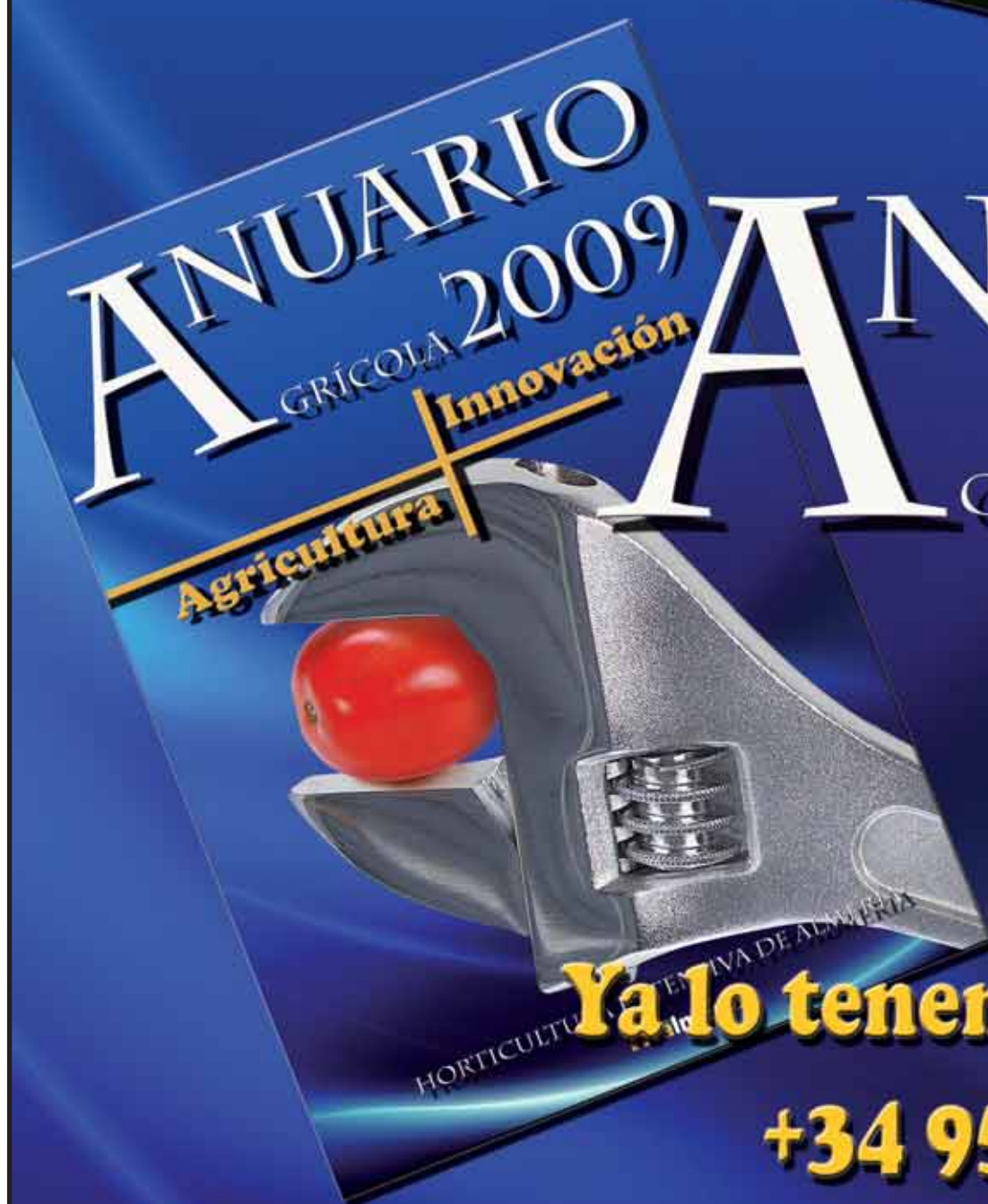
En lo que respecta a la rambla alboxense, según indicaron desde su Consistorio, las obras se ejecutarán a lo largo de dos ki-

lómetros. "Las obras de adecuación incluyen la total recuperación del entorno, puesto que se creará un espacio lúdico y se plantarán especies arbóreas autóctonas", señaló el alcalde de la localidad, José García

ANUARIO GRÍCOLA 2008



15 €



ANUARIO GRÍCOLA 2009

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

HORTICULTURA INTENSIVA
DE ALMERÍA

fhalmería

Planta ornamental

INTERNACIONALIZACIÓN

Almería busca su mercado en países de Centroeuropa

LA COMPETENCIA DE PAÍSES BAJOS SIGUE SIENDO MUY FUERTE PERO LA CALIDAD DEL PRODUCTO LOCAL MARCA LA DIFERENCIA

■ José Esteban Ruiz

Aunque el sector productor y comercializador de planta ornamental cuenta con la difícil competencia de un país productor como Holanda, Almería dispone de una baza importante como es la calidad. No obstante, en esta historia también existe un hándicap: la logística. Al respecto, el gerente de Solisplant, Jorge Solís, comenta que “tenemos obligatoria competencia con Holanda, principalmente en precio, y esto nos somete a una máxima, ofrecer un exceso de calidad que comprometa al consumidor a decidirse por nuestro producto”.

Pero ese plus de calidad con el que cuentan profesionales almerienses, añade Solís, “lo perdemos en logística, ya que el coste puede suponer hasta el 15% del producto”.

En los productos en los que Países Bajos no pueden competir porque no entran dentro de su oferta, directamente pueden pedir algo más y obtener un mayor rendimiento. Sin embargo, tampoco puede excederse porque los costes logísticos son muy elevados. Al respecto, Solís mantiene que “hay que aprovechar y marcar el precio en el mercado mirando hacia el futuro. Puede llegar el momento en el que aumente la producción o la demanda sea menor”.

A pesar de esta fuerte competencia, explica el responsable de Solisplant, “en Países Bajos también están notando durísimamente este descenso del consumo en toda Europa, pero sobre todo por

la falta de demanda en el mercado español. Aquellas empresas exportadoras que mantenían entre sus principales clientes al mercado español han acusado esta tendencia y están teniendo problemas para mantenerse”.

Una de las plantas que ofrece oportunidades al sector local es el Hibiscus, ya que el que se produce en la provincia presenta una alta calidad, y “Holanda con esto no pueden competir”. No obstante, como ocurre con las frutas y hortalizas, compran aquellas plantas que no producen y las comercializan actuando como intermediarios. Una capacidad de la que adolece el sector almeriense, también en frutas y hortalizas. Sobre este asunto, el gerente de Solisplant expone que “Holanda tiene una capacidad estratégica superior a los empresarios españoles. Por norma general, la concepción del negocio en los Países bajos no



■ El cultivo de planta ornamental tiende a aumentar. / FHALMERÍA

da lugar a la agresividad entre empresas del mismo país. Aunque existe la competencia interna, no presenta el mismo grado que aquí. Además tienen un concepto de grupo muy elevado. Colaboran entre ellos y han sabido situarse en el mercado, entender bien el negocio, analizar sus posibilidades de cultivo y de comercialización. Tienen un nombre en el mer-

cado, un nombre y una posición estratégica”.

Todo ello lleva a reflexionar a los profesionales del sector. “Debemos parecernos más a catalanes o valencianos que profesionalizan más su campo de actuación”. Además, debe existir un mayor sentimiento y reconocimiento como un sector con un potencial propio.

MERCADOS

La exportación e importación de planta viva y flor cortada desciende en el inicio de 2010

■ J. E. R.

El inicio de año ha dejado resultados desmejorados para el sector productor y comercializador de plantas vivas y flor cortada. Los datos de los que dispone la Federación de Exportadores de Frutas y Hortalizas (FEPEX) relativos al mes de enero y febrero manifiestan un descenso de las exportaciones del 22 por ciento en enero, en relación al mismo mes del año anterior, totalizando 8,8 millones de euros y un 7 por ciento en febrero, facturando 16,2 millones de euros. En flor cortada, la exportación se redujo un 17 por ciento durante el primer mes del año y un 43% en febrero. Mientras que en lo que se refiere a planta viva, cayó un 24% en enero y 1,3% en febrero.

En cuanto a la importación en enero, cayó un 29% totalizando 9,1 millones de euros. Las compras procedentes del exterior de flor cortada, en este mes, se redujeron un 26% y las de planta



■ Los mercados europeos aumentan su interés por la planta de exterior nacional. / FHALMERÍA

viva un 28% con relación al mismo mes de 2009, situándose la facturación en 3,5 millones de euros y 3,9 millones de euros respectivamente. En febrero, la importación cayó un 13%, situán-

dose la inversión en producto exterior por encima de los 14 millones de euros. En este apartado, la importación de planta descendió más que la de flor cortada, registrando porcentajes del 24% y

el 19% respectivamente. Desde la Federación aseguran que esta reducción se debe a la repercusión de la crisis económica, que ha provocado una caída del consumo privado y de las ventas a

las empresas de jardinería, obra pública y construcción.

A pesar de las cifras negativas registradas, en un momento en el que los productores no consideran el mejor periodo para el negocio, las expectativas puestas en las ventas a partir de la primavera son más positivas. Así, en la Federación de Exportadores consideran que el éxito de la participación española en las últimas ferias internacionales como las celebradas en Essen (Alemania) y Angers (Francia), desencadenará un aumento de las ventas al exterior. Según los productores agrupados en FEPEX, a partir de los meses de marzo y abril comienza el grueso de envíos y, para esta campaña, esperan que sean mayores que en la anterior.

Las principales zonas productoras que mantienen un alto nivel de negocio en el sector de las plantas vivas y flor cortada son Cataluña, Galicia, Canarias y Andalucía. Concretamente, en la Comunidad andaluza, tras la provincia de Cádiz, que destaca por el cultivo de flor cortada principalmente, Almería está adquiriendo un papel relevante en superficie cultivada de planta viva y ha despertado el interés de los mercados europeos.

Agenda



La I edición del Premio '+Bio + Vida' invita a una mejor conservación de la biodiversidad

Desde el 18 de marzo y hasta el 31 de mayo se realiza la I edición del Premio '+Bio + Vida' de la Red de Gobiernos Locales + Biodiversidad 2010, (FEMP). Este premio tiene el objetivo fundamental de contribuir a la formación y concienciación en una materia específica y fundamental, la conservación de la biodiversidad. Desde la perspectiva crítica e imaginativa del alumnado, se busca el análisis y la valoración de las realidades más cercanas y de los factores que de un modo más sustancial influyen en el medio ambiente. Los participantes tendrán que realizar una campaña de informa-

ción, sensibilización y educación ambiental dirigida a los habitantes de su localidad, para concienciar e impulsar la mejora ambiental de su entorno más cercano. De forma creativa diseñarán una revista sobre biodiversidad analizando posibles causas de su pérdida y soluciones para su conservación.

Podrán participar todos los centros educativos de las Entidades locales adheridas a la Red, de educación primaria, educación secundaria obligatoria, centros de bachillerato, centros con ciclos formativos de grado medio y superior y centros de educación de personas adultas.



Agricultura oferta un curso de vitivinicultura, cuyo plazo de inscripción se abrirá el 1 de junio

La Consejería de Agricultura y Pesca ha suscrito un convenio de colaboración con la Consejería de Educación a fin de ofertar un Ciclo Superior de Formación Profesional denominado Técnico Superior en Vitivinicultura, que se impartirá en Manilva a partir de septiembre de 2010. El ciclo tendrá una duración de 2.000 horas repartidas en 2 cursos escolares y una equivalencia universitaria de 120 créditos, pudiéndose posteriormente acceder directamente a la universidad a titulaciones como Ingeniero Técnico Agrícola, Ingeniero Técnico Industrial, Enología, Tecnología de Alimentos o Veterina-

ria, entre otras. A esta formación profesional, reglada y oficial, podrán acceder todas las personas que hayan superado el bachillerato, sea cual sea su edad, incluyendo todo el personal laboral de bodegas, cooperativas vitivinícolas, personal de hostelería, turismo y, en general, cualquier persona con inquietudes en este tema. El periodo de inscripción se abre desde el 1 de junio. Las distintas asignaturas abarcan áreas temáticas tales como viticultura, vinificación y procesos bioquímicos, estabilización, crianza y envasado, análisis enológicos, comercialización, entre otras.

■ FORO

Los regantes españoles se dan cita en el 12º Congreso de Tarragona

Del 10 al 14 de mayo, Tarragona acoge el Congreso de Comunidades de Regantes. Años anteriores, estos encuentros han servido para presentar de modo directo a las administraciones públicas las aspiraciones y problemas de las Comunidades de Regantes encuadradas en el Minis-

terio de Medio Ambiente. Las conclusiones de los Congresos, analizadas por órganos especializados de la Administración, son aceptadas, cuando procede, total o parcialmente, y originan, en su caso, la correspondiente modificación en la normativa vigente.

■ ENCUESTRO

Unas jornadas para transferir tecnología

El 26 de mayo, Sevilla acoge una Jornada de Transferencia de Tecnología Internacional, con el objetivo de proporcionar a los participantes la oportunidad de reunirse con empresas, organismos de investigación y administraciones públicas activas en investigación y tecnología.



También se realizarán encuentros bilaterales pre-establecidos, acuerdos estratégicos como licencias o transferencia de Know-how. Los encuentros se organizan en base a un Catálogo de Ofertas y Demandas Tecnológicas.

■ FERIA

Cataluña acoge en mayo FRUITA 2010

El Primer Congreso Internacional de la fruta dulce de Cataluña, FRUITA 10, tendrá lugar los días 6 y 7 de mayo en el Palacio de Congresos de Lérida. El congreso, organizado a instancias de ASOFRUIT y Catalonia Qualitat, cuenta con la colaboración del IRTA y de otras instituciones y empresas como: el Ayuntamiento de Lérida,

la Diputación de Lérida, la Cámara de Comercio de Lérida, La Caixa, Fruits de Ponent, Actel e IGP Poma de Gerona. En este sentido, desde la organización han destacado que el objetivo de FRUITA 10 es poner en valor el sector de la fruta de Cataluña y abrir, de este modo, nuevos mercados para las empresas.

■ FERIA

Castril acoge una nueva edición de la Feria Andaluza de la Biodiversidad Agrícola, un encuentro anual de grupos de trabajo a favor de variedades locales de cultivo



Del 18 al 20 de junio tendrá lugar en el pueblo de Castril una nueva edición de la Feria Andaluza de la Biodiversidad Agrícola que, en esta ocasión, contará con el apoyo del Ayuntamiento de Castril, Grupo de Desarrollo Rural del Altiplano de

Granada y la dirección del Parque Natural Sierra de Castril. La Feria Andaluza de la Biodiversidad Agrícola es el encuentro anual de grupos de trabajo, asociaciones y colectivos comprometidos a favor de las variedades locales de cultivo.

■ ENCUESTRO

Los sectores de la maquinaria agrícola y el ganado se dan cita en Expovicaman, en Albacete

Del 20 al 23 de mayo, Albacete acoge una nueva edición de Expovicaman 2010. En este feria se podrán encontrar representados, entre otros, los siguientes sectores: ganado ovino; ganado vacuno; actividades ecuestres y maqui-



naria. Esta feria contará con la presencia de todos los profesionales del sector, no en vano, es la feria más importante de cuantas se celebran en España, de ahí que año tras año reciba a una gran cantidad de visitantes.

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.



Ayuntamiento de

El Ejido

Area de Agricultura y Medio Ambiente