



## DATOS DE LA TEMPORADA DE OTOÑO

# Clara Aguilera hace un “excelente balance” de la campaña con el mejor precio medio en origen

Página 3



Clara Aguilera ofreció unos datos económicos sobre la campaña que no han sido bien recibidos por el resto del sector

## BANCA

MIGUEL RODRIGUEZ DE LA RUBIA  
DIRECTOR DE NEGOCIO  
AGROALIMENTARIO DE CAJAMAR

“Estudiamos la financiación que se adapta a cada agricultor” Páginas 6 y 7



## PRENSA

“The New York Times” analiza en Níjar su modelo de integración sociolaboral Página 10

Un posible acuerdo entre Mercosur y la UE amenaza el cultivo de sandía y melón

Página 49

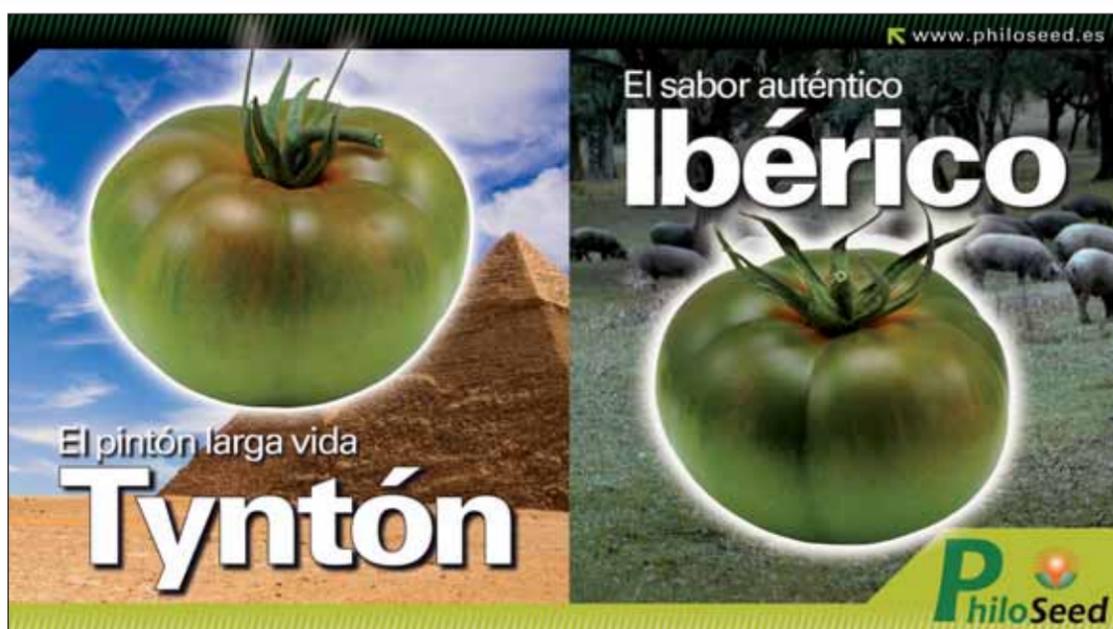
## I+D

Las plantas podrían tolerar mejor la salinidad gracias al incremento de CO<sub>2</sub> Página 52

ESPECIAL TOMATE P. 23 a 48

ESPECIAL SANDÍA Y MELÓN P. 17 a 22

ESPECIAL BOUQUET P. 13 a 16



## POR SEGUNDA VEZ

# José María Andújar, reelegido presidente de CASI

La Cooperativa Agrícola San Isidro de La Cañada ha vuelto a reelegir a José María Andújar como presidente. Ahora podrá cambiar la política de esta empresa al tener todo el apoyo que precisa. Es cierto que lo consiguió por un estrecho margen de votos. Página 26



# Opinión

## OPINIÓN

### ¿UPA ha crecido con la incorporación de PROA o la producción se pone a disposición de la comercialización en HORTYFRUTA?

En el último congreso de la Unión de Pequeños Agricultores se ha producido la noticia de la integración de aquella asociación agraria creada de prisa y corriendo por Coexphal, PROA, para conseguir el control de la Interprofesional.

UPA dice que ahora, con esta incorporación, se ha convertido en la organización agraria con más asociados de la provincia.

Después de conocer la noticia y los movimientos de los sindicatos agrarios y las argucias legales de Colomina por controlar todo lo que tiene que ver con el sector cabe plantearse algunas cuestiones a raíz de esta sorprendente unión.

La primera pregunta es si UPA va a seguir controlando a su propia organización o será Coexphal quien dirija los intereses de la organización agraria. Todos sabemos la feroz crítica que ha recibido UPA de las otras organizaciones por prestarse a todo aquello que ha querido Coexphal en el seno de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas.

Otra pregunta que puede plantearse es: ¿PROA se ha creado para integrarse en UPA? Si esto es así, entonces se confirma que cuando

Coexphal creó esta organización agraria quería restarle poder al sector productor y parece que ahora lo ha conseguido.

Ahora se pueden interpretar algunos hechos que se han venido

■ José Antonio Gutiérrez

produciendo meses atrás. Por ejemplo aquel enfrentamiento entre UPA y seguidores de COAG y ASAJA en la última Expo-Agro donde quedó totalmente destrozado el stand de esta organización agraria.



■ Ejecutiva de UPA elegida en el congreso que acordó la integración de PROA

Otra pregunta es ver la actitud de COAG y ASAJA ante el paso dado por la Unión de Pequeños Agricultores y PROA. ¿Continuarán en la Interprofesional sometidos por la comercialización y la parte de la producción? ¿Harán un llamamiento a la bases para recuperar el poder que van perdiendo poco a poco? ¿O simplemente se van a poner a disposición de Coexphal para que les ordene lo que han de hacer en el seno de Hortyfruta mientras reciben las ayudas y subvenciones de la Administración?.

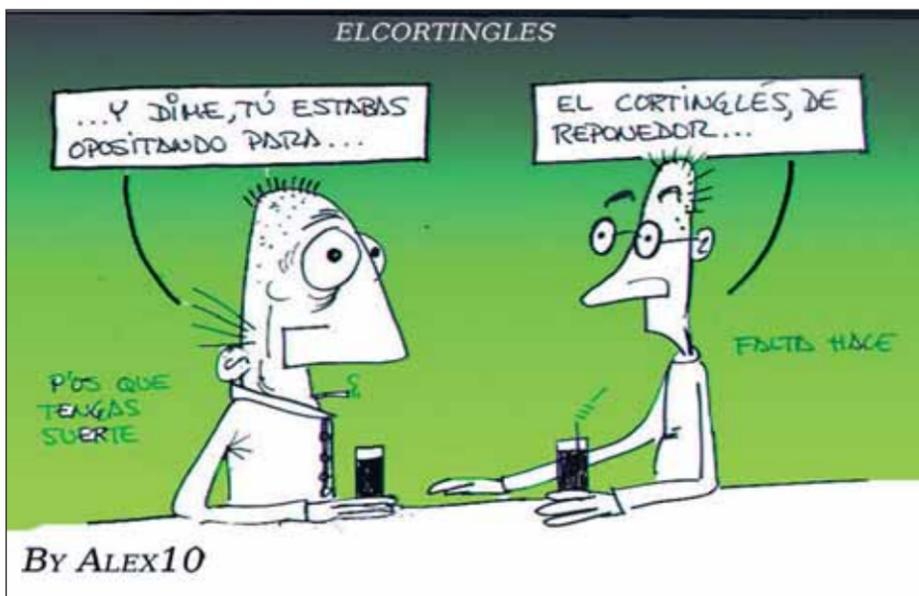
Todos tienen una dura papeleta que resolver para tener credibilidad ante los agricultores que se supone que son los representados por todos.

Espero y deseo que todos estos movimientos lleven a algo concreto y no sólo a coger una posición en el seno de Hortyfruta, aún a sabiendas de que la Interprofesional de las Frutas y Hortalizas de Andalucía no funciona al no estar, de hecho, representada en ella todos los sectores, de derecho sí, ya sabemos cómo se crearon varias asociaciones que representan a alhóndigas, productores y demás.

Realmente deseo que estas cuestiones tengan una respuesta positiva en beneficio del agricultor y del sector en general y que no sean movimientos por el interés de unos cuantos sillones bien remunerados. De lo contrario yo seré el primero en hacer ver a los agricultores el uso que le dan sus representantes a las asociaciones que les acogen.

¿ESTARÁ COBRÁNDOSE UPA EL POCO APOYO QUE RECIBIÓ DE COAG Y ASAJA EN LOS INCIDENTES DE LA ÚLTIMA EDICIÓN DE LA FERIA EXPO AGRO?

## 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 Alvarez. Redacción: Elena Sánchez García, Isabel Fernández González, Rafael Villegas Alarcón. Fotografía: Archivo Comunicación e Información Agraria, S.L. (CIA).  
 Email: fhalmeria@fhalmeria.com - info@fhalmeria.com - redactor1@fhalmeria.com - redactor2@fhalmeria.com - redactor3@fhalmeria.com  
 Portal web: www.fhalmeria.com - www.periodicoagricola.com - www.fhalmeria.es  
 Dirección: Paseo de Las Lomas, 157 - bajo. 04700 EL EJIDO (Almería). Telfs: 950 57 13 46 y 628 08 02 60.

# Actualidad

CIFRAS DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN HORTOFRUTÍCOLA DE ALMERÍA

## Clara Aguilera hace un “excelente” balance de campaña con el mejor precio medio en origen

PARA LA CONSEJERA, LA COTIZACIÓN EN 2010 HA SALVADO EL PEOR INICIO QUE SE RECUERDA EN EL SECTOR HORTÍCOLA ALMERIENSE

■ José Esteban Ruiz

El balance de la campaña hortícola con cifras cerradas a 30 de abril y estimaciones sobre las últimas tres campañas de primavera realizado por la consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, ha dejado al campo almeriense más frío que el acontecido en invierno. Aguilera calificó de “excelente la presente campaña”, debido al incremento de los precios en origen con la llegada de 2010. No obstante, insistió en varias ocasiones que el inicio del año agrícola en Almería ha sido de los peores que se recuerdan.

La recuperación de los precios en la segunda mitad de la campaña ha maquillado el desastroso comienzo. Datos en mano, la consejera aseguró que se registró un aumento del 7,9% respecto a la campaña 2008-2009 en el valor recibido por el agricultor, alcanzando los 1.647 millones de euros. También se incrementó un 6,5% el valor comercializado, si-



■ Miguel Corpas, Clara Aguilera y Juan Deus. / FHALMERIA.

tuándose en 2.253 millones de euros. No obstante, el volumen de producción, según el informe elaborado por la Junta de Andalucía, ha sido inferior al de la campaña pasada. Así, mantienen que la producción se sitúa en 2.759.260 toneladas, 122.279 toneladas menos que la campaña anterior y casi 250.000 menos que la 2007-2008. En este aspecto, la consejera destacó la influencia de la climatología en esta merma de la producción, principalmente en los primeros meses del año. Sin embar-

go, como analizan desde las organizaciones agrarias ASAJA y COAG, “el mayor precio recibido en los primeros meses de 2010, no compensa el descenso de la producción”. En este sentido, Andrés Góngora, secretario provincial de COAG explica que “cuando se obtuvieron muchos kilogramos de hortalizas, los precios eran ridículos y cuando la merma de producción fue importante, hasta de un 30%, el precio era mayor, algo que nunca puede compensar una media”.

La irregular campaña hortícola, como valoró Clara Aguilera, ha hecho que para “los agricultores que concentraron el mayor volumen de producción de sus explotaciones en los primeros meses haya sido un nefasto año, mientras que aquellos que comenzaron a registrar los picos de producción en sus invernaderos iniciado 2010, hayan obtenido mayores beneficios”, aclaró Aguilera, insistiendo en que “a pesar de que la recuperación arroje excelentes resultados estos no son repartidos de forma homogénea entre el colectivo de productores, ya que estamos hablando y no podemos olvidarlo de medias”.

En cuanto al precio medio, los datos de la Junta apuntan a un au-

mento superior a los 6 céntimos de euro, “el mejor de las últimas seis campañas”. Por productos, el tomate y el calabacín registraron los mayores incrementos en cuanto al precio medio. En el caso del calabacín, acompañado de un aumento de la producción, hecho este que se observa invertido en la producción de tomate en la que se registró una merma superior al 5% en volumen. Los peores resultados, matizó la consejera de Agricultura, se producen en pimiento y pepino. En ambas hortalizas se ha registrado una caída del precio medio. Más notable, si cabe, en pepino, puesto que la producción aumentó casi un 5%.

La superficie cultivada, en este periodo, apenas varió.

### REACCIONES

#### “Prematuro y demasiado optimista”

Las organizaciones agrarias y partidos políticos ajenos al ejecutivo andaluz no han visto con buenos ojos el balance hecho público por la consejera de Agricultura y Pesca, aunque como

afirma Francisco Vargas, presidente de ASAJA en Almería que “al menos lo ha hecho, algo que no hizo la anterior campaña, quizá porque no lucía”. No comparten un balance tan optimista, teniendo en cuenta el desastre registrado en los primeros meses, además de precipitado, sobre todo, como afirma Vargas, “porque ha dado varios patinazos que podía evitar si contrasta datos”.

ALMAFRUT  
ALMERIA

CERYS

CYSA

ENVASES • EMBALAJES • MAQUINARIA

TODO LO QUE NECESITE EN MANUTENCIÓN



Concesionario oficial  
Almería y Costa de Granada.

TOYOTA  
EQUIPOS INDUSTRIALES



## LIMPIEZA DEL CAMPO

## La Junta pone 420 sanciones por descuidar la higiene rural

■ J. E. R.

Siguiendo las competencias de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía en materia de limpieza del campo, “los inspectores de la Delegación de Agricultura han realizado en los últimos tres años 8.500 actuaciones, de las cuáles se han tramitado 3.000 expedientes. De éstos, 2.600 personas retiraron los residuos vegetales sin necesidad de incoarles un expediente sancionador. Sólo al 5%, es decir, a 420 agricultores se les abrió un expediente sancionador”, explicó Juan Deus, delegado provincial de Agricultura en la inauguración de las jornadas organizadas por HORTYFRUTA para concienciar al sector sobre la importancia de cuidar la higiene rural. El delegado insistió en que “nosotros sí que asumimos nuestras competencias” que se ciñen a compromisos en base a la normativa como es la Ley de Sanidad Vegetal y “no la mayoría de los ayuntamientos”, concluyó.

## JORNADAS

## Sotrafa lleva sus últimas novedades al agricultor

■ J. E. R.

Desde el próximo día 3 de junio y hasta el 11 del mismo mes, Sotrafa pondrá en marcha una campaña informativa a través de la realización de jornadas con el objetivo de presentar a los agricultores las últimas novedades de la empresa. Como cada año, en la antea de la próxima campaña agrícola, organizan estos encuentros que se desarrollan en diferentes puntos de la provincia de Almería y Granada. El día 3 inician la ronda en el Hotel El Edén de El Ejido; al día siguiente se trasladan a Níjar; el día 7 de junio en Roquetas de Mar; día 8, en Adra; en Calahonda, el 9 de junio y en La Cañada y de nuevo El Ejido, el 10 y 11 respectivamente.

## PLATAFORMA DE HORTALIZAS DE ANECOOP

# La plataforma estudia los trabajos que realiza la Fundación UAL-ANECOOP

RESPONSABLES DE LAS TRES COOPERATIVAS, HORTAMAR, CAMPOSOL Y COPROHÑÍJAR VISITARON EL CAMPO DE EXPERIENCIAS

■ José Esteban Ruiz

Con el objetivo de estudiar y analizar los diferentes trabajos y proyectos productivos en fase de experimentación que se desarrollan en la Fundación UAL-ANECOOP tuvieron lugar una jornadas en el campo de experiencias con la participación de técnicos, directivos y presidentes de las tres cooperativas que integran la Plataforma de Hortalizas de ANECOOP, así como responsables y técnicos de la Fundación.

Durante el encuentro, se analizaron todos y cada uno de los proyectos productivos en fase de experimentación. Dentro de éstos pudieron estudiar la evolución de todos los programas sobre nuevas variedades de melones, amarillos mini, tipo charentais, escriturados y semi escriturados o minis verdes del tipo piel de sapo. Dentro de cada una de las variedades, se han ensayado diferentes tipos de manejo y de cultivo, buscando el más



■ Técnicos, directivos y presidentes de las cooperativas analizaron los proyectos en marcha. / FHALMERIA

adecuado y con una mejor rentabilidad, no sólo en cantidades, sino en calidad, tratando de conseguir un mejor sabor y una mayor consistencia y durabilidad.

Asimismo, a pesar de contar con excelentes variedades de sandías sin semillas, como la clásica Bouquet de pulpa roja, rayado exterior y la mini, la Fundación UAL-ANECOOP trabaja en la mejora

varietal, intentando aumentar la productividad alcanzando un mayor volumen de kilos por hectárea a la vez de incrementar los valores nutricionales y gustativos de la fruta mediante un adecuado manejo, trasladando no sólo esas variedades que puedan llegar a mejorar lo que tienen actualmente, sino, dichos parámetros de cultivo a sus socios y colaboradores. En estos

momentos han cerrado un proyecto de experimentación varietal y de manejo con un tipo de tomate. Aún falta por analizar al detalle los resultados obtenidos. Una vez concluyan los correspondientes estudios se presentarán los datos.

En la jornada también se aprovechó para debatir sobre necesidades e inquietudes de cara a la próxima campaña.

## MODERNIZACIÓN DE ESTRUCTURAS

## El plan para mejorar la productividad en los invernaderos contará con 120 millones de euros

■ J. E. R.

El plan de modernización de estructuras de invernadero para mejorar la productividad se encuentra ya en el tejado de la Junta de Andalucía. La última reunión entre Gobierno y comunidades autónomas -cuatro son las que se beneficiarán de este plan: Andalucía, Canarias, Región de Murcia y Comunidad Valenciana- dejó cerrado a nivel nacional este programa que pretende incrementar la productividad del cultivo bajo plástico. De esta forma, anunciaba la consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, “el Ministerio aportará 100 millones de euros, de los que 60 millones se destinarán a desarrollar el plan en Andalucía”. A su vez, indicó la titular del ramo, “la Junta aportará otros 60 millones de euros”.



■ El plan está sujeto a condiciones que mejoren la productividad.

De esta forma, el plan de modernización de invernaderos en la región contará con un presupuesto total de 120 millones de euros. Ahora queda desarrollar una Orden que regule en Andalucía la implementación de este plan de mo-

dernización de estructuras invernaderos. Principalmente, ésta se centrará en las necesidades demandadas en la Costa de Granada y Almería. La consejera ya ha manifestado su intención de que se publique “lo antes posible”.

Entre los detalles que contemplará la normativa, Clara Aguilera adelantó que “al tratarse de un plan específico para conseguir incrementar la producción, el principal requisito que se contemplará es que con las estructuras se consigan más kilos de frutas y hortalizas por metro cuadrado. En este sentido, añadió Clara Aguilera, “no se establecerá una estructura determinada”.

Entre las posibilidades que se barajan, uno de los elementos que contará con auténtico protagonismo es la incorporación de energías renovables. Así, indicó Aguilera, “los proyectos que se han llevado a cabo demuestran que la climatización del interior del invernadero avalan el incremento que buscamos, por lo que las energías renovables formarán parte de este plan”.

**POR PRODUCTOS**

**BERENJENA**

Las berenjenas han caído de precio en las últimas semanas. Así, las berenjenas largas están cotizando a apenas 0'18 euros el kilo, mientras que las berenjenas rayadas se venden en las subastas a unos 0'70 euros el kilo en las diferentes subastas de la provincia de Almería.

**DESCENSO**

**El melón sigue sin levantar cabeza en las últimas semanas**

■ Elena Sánchez

El melón almeriense continúa sin recuperar sus cotizaciones a pesar de las últimas semanas de calor que se están viviendo en la provincia. Sin embargo, el daño en los precios lo está provocando el

frío presente en los países europeos, lo que ha llevado a que la demanda se haya visto condicionada. Así, el melón Galia apenas alcanza en las pizarras los 0'27 euros, mientras que el negro casi duplica esta cifra y se vende a unos 0'50 euros.

El amarillo, por su parte, ronda los 0'20 euros el kilo. Precios muy parecidos son los que está registrando el melón Cantaloup, una variedad que a pesar de ser cada vez menos demandada a Almería, pero sigue estando presente en el campo.

Según ha comentado Manuel Arévalo, director comercial de Nature Choice, "este melón está presente en la provincia gracias a los clientes que tenemos tanto de Francia como de Inglaterra, prin-

cipales compradores de Cantaloup a día de hoy. A estos países, les sigue Bélgica y algunas cadenas de supermercados de Alemania". Actualmente, sus precios están rondando los 0,50 euros el kilo, aunque se espera que durante el mes de junio prospere la cosa, puesto que el tiempo mejorará en Europa y el calor ya invita al consumo de melón.

En cuanto a la sandía, la que mejor está 'escapando' es la Fashion gracias al mercado nacional.

**PEPINO**



Los diferentes tipos de pepino, a excepción del francés, han caído de cotización en los últimos días. Así, el negro corto se vende a unos 0'10 euros el kilo, mientras que el tipo Almería se aproxima a los 0'20 euros. El pepino francés, por su parte, cotiza a 0'16 euros.

**CALABACÍN**



Una vez más, los calabacines continúan perdiendo valor en los mercados. De este modo, los convencionales cotizan a apenas 0'13 euros el kilo, mientras que los calabacines gordos suman algunos céntimos más, hasta situarse en torno a los 0'17 euros el kilo.

**PIMIENTO**

Los pimientos, como viene siendo habitual en las últimas semanas, ven caer sus precios. De hecho, los italianos se venden entre los 0'23 euros del verde y los 0'42 euros del rojo. Los lamuyo, por su parte, cotizan entre los 0'95 euros del verde y los más de 1'50 euros del pimiento lamuyo rojo.

www.sigfito.es

# SE LEGAL...

## trae tus envases SIGFITO

La ley puede sancionarte gravemente con multas de hasta 120.000 euros si entierras, quemas o mezclas tu envases con otros residuos.

**SIGFITO**  
AGROENVASES, S.L.  
Por una agricultura saludable

## ENTREVISTA

# “Estudiamos la financiación que se adapta a cada uno de los agricultores”

■ CIA

-El campo, pese a la mejora de precios, no pasa por su mejor momento, ¿han notado un incremento de la solicitud de créditos?

-La tendencia está siendo muy similar a la de otros años, si bien es cierto que el mayor número de solicitudes de préstamos se realizan al final de la campaña y por tanto aún hay que esperar.

-Uno de los servicios más requeridos por el agricultor es, sin lugar a dudas, el préstamo de inicio de campaña, ¿Qué importancia tiene para Cajamar facilitar que el sector sea lo más competitivo posible? ¿Se denegaron muchos préstamos de inicio de campaña este año?

-Nuestra entidad tiene entre sus fines y objetivos el poner a disposición de los agricultores los mejores y más competitivos productos y servicios. Siempre ha sido así y así seguirá siendo. Esta vocación se puede resumir en una frase: ‘Lo que es bueno para el campo es bueno para Cajamar Caja Rural’.

-¿Qué va a pasar con los próximos préstamos de campaña?

-La predisposición de la entidad es atender todas las necesidades financieras de nuestros agricultores y clientes. Por tanto, la sensibilidad y atención de Cajamar Caja Rural se pondrá nuevamente de manifiesto con ocasión del inicio de la próxima campaña agrícola. En este sentido, como años anteriores, volveremos a poner préstamos preconcedidos a disposición de nuestros agricultores, que agilizarán la tramitación de sus operaciones. Le recuerdo que sólo a través de esta línea de financiación, Cajamar Caja Rural pone a disposición de los agricultores de Almería 100 millones de euros.

-¿Qué porcentaje de agricultores están teniendo problemas a la hora de hacer frente a las obligaciones contraídas con la adquisición del préstamo de campaña?

-Aún es pronto para hacer una evaluación definitiva, dado que los vencimientos de estos préstamos se producirán en los meses venideros. De cualquier manera, como siempre, nuestra entidad aportará las soluciones que sean necesarias para atender a los agricultores almerienses.

-Por otra parte, Cajamar ofer-

**MIGUEL RODRÍGUEZ DE LA RUBIA**  
DIRECTOR DE NEGOCIO AGROALIMENTARIO DE CAJAMAR



■ Miguel Rodríguez de la Rubia, director de Negocio Agroalimentario de Cajamar. / FHALMERIA

ta un sinnúmero de préstamos y posibilidades al agricultor, ¿podría enumerar algunos?

-Nuestra entidad cuenta con un amplio catálogo de soluciones financieras para atender las necesidades de liquidez e inversión,

de aseguramiento, de asesoramiento y de gestión e intermediación para obtener ayudas de las administraciones. Entre otras líneas de financiación destacan los préstamos para la campaña agrícola tanto para los titulares de las

explotaciones como para las cooperativas y sociedades, cuentas de crédito, crédito Agrofuerte, préstamo instantáneo, así como los destinados a inversiones agrícolas y ganaderas, empresas agroalimentarias, adquisición de ma-

quinaria agrícola, adquisición/instalación de plásticos para invernaderos. A esto hay que sumar el Agroanticipo y el descuento comercial para mantener la liquidez y una amplia gama de tarjetas: Agrofuerte, Agricoop, Gasóleo Bonificado, Visa Business; o los distintos seguros y la gestión de ayudas PAC. Los productos más recientes en el mercado son la línea de financiación para modernización de estructuras, así como el préstamo Anticipo que pretende aportar liquidez adelantando las ayudas, subvenciones y diferentes pagos de la administración.

-¿En qué consiste la nueva línea para la modernización de estructuras que ofrece Cajamar?

-Está dirigida a aquellos agricultores y empresarios que precisan instalar, adecuar o modernizar las estructuras de sus invernaderos, así como los sistemas y mecanismos que regulan el riego, el clima interior, recogida de aguas de lluvia, entre otros. 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 obtienen los ingresos. La garantía podrá ser hipotecaria o personal con plazos de amortización de hasta 15 años o hasta seis años, respectivamente.

-Las cajas se han comprometido con el Gobierno y con los agricultores a refinanciar la deuda de estos últimos. ¿Qué facilidades están dando a los agricultores para acceder a la refinanciación? ¿Cuántos créditos cree que podrían llegar a refinanciar?

## “La confianza que los almerienses depositan en Cajamar es motivo para darles lo mejor”

-¿Qué significa Almería para Cajamar?, más ahora cuando se están fusionando o están en proceso de hacerlo con otras cajas.

-Es cierto que Cajamar hoy trasciende a Almería, como resultado de las fusiones con otras cajas rurales, como la de Málaga y la vallisoletana del Duero, de integraciones como la cooperativa y caja rural del Campo de Cartagena o de la madrileña Grumeco; y más recientemente como resultado de la creación del Grupo Cooperativo Cajamar, al que de momento ya se han sumado tres cajas rurales valencianas y una alicantina. Pero esa necesaria expansión y diversificación de nuestra actividad, no es un impedimento en modo alguno para man-



■ Miguel Rodríguez de la Rubia. / FHALMERIA

tener el cuidado e interés por Almería, provincia en la que somos la primera entidad financiera desde hace más de veinte años. Creo que precisamente la confianza que

los almerienses tienen depositada en Cajamar expresa mejor que nada, en mutua correspondencia, el significado que Almería tiene para nuestra entidad.

- ¿Qué importancia tiene para Cajamar su participación en ferias agrícolas?

-Cajamar es una entidad referente para el sector agroalimentario tanto a nivel provincial como nacional. Por tanto es habitual nuestra presencia en las principales ferias. En los últimos meses hemos estado presente en la Expo Agro y la Expo Levante en Almería, pero también en Fruit Logística en Berlín, Fruit Attraction en Madrid, así como en la Feria Agroalimentaria en Valladolid, Expo Alimentaria y SEPOR en Lorca (Murcia), Feria Agrícola del Mediterráneo en Torre Pacheco (Murcia), Feria Agroalimentaria en Ronda (Málaga) y Espomaq en Antequera (Málaga). Las ferias se aprovechan para recordar las líneas de financiación y también para informar sobre los resultados de las líneas de investigación de la Estación Experimental y de los estudios realizados por el Servicio de Estudios de la Fundación.

ENTREVISTA

-El Ministerio de Medio Ambiente, Rural y Marino, a través de la Orden ministerial ARM 572/2010, establece una serie de medidas para la mejora de la financiación del sector agrario y ganadero. Nuestra entidad tiene operativas varias líneas acogidas a lo establecido en esta orden ministerial y todas ellas están funcionando con normalidad.

**-Cuando se inicia una campaña agrícola y el profesional tiene dificultades para que se le conceda un crédito, ¿qué vías alternativas toman para apoyar al agricultor en estas situaciones complicadas?**

-En Cajamar Caja Rural analizamos cada caso concreto, aplicando nuestro conocimiento y experiencia, tanto desde el punto de vista de la capacidad de pago, como desde el punto de vista de la explotación agrícola, contando para ello con un servicio técnico especializado. Así, se le adapta la financiación más adecuada a su capacidad de pago, partiendo de la especial sensibilidad que nuestra entidad tiene con los agricultores y con el sector agroalimentario.

**-¿Cuáles son los principales motivos por los que un agricultor debe confiar en Cajamar?**

-Nuestra caja rural nació del campo y para el campo hace más de cuarenta años, y desde entonces ha crecido y evolucionado, se ha diversificado y expandido, como también lo ha hecho el sector agrícola. Pero siempre manteniendo su fidelidad a sus raíces, a su origen. Hoy día los agricultores almerienses siguen siendo conscientes del alcance de ese compromiso y de la vinculación de Cajamar Caja Rural con el sector agroalimentario y de la atención preferente que dedica a sus necesidades de financiación. La relación de nuestra entidad con las inquietudes y necesidades del campo es de una confianza mu-

tua.

**-Un buen asesoramiento es clave para que el agricultor se muestre convencido a la hora de firmar un crédito, ¿qué importancia tiene para Cajamar este punto?**

-Por el alcance de nuestra actuación y experiencia acumulada durante tantos años, en Cajamar hemos creado un vínculo de confianza y seguridad con nuestros agricultores, con los que vivimos su día a día, gestionando sus recursos e inversiones, compartiendo sus necesidades y preocupaciones, y prestándoles en todo momento el asesoramiento que precisan y nos demandan. Los

agricultores almerienses, como los demás clientes de Cajamar, esperan de nuestra entidad conocimiento, confidencialidad y sobre todo confianza, y por tanto la seguridad de que está en buenas manos.

**-Las inclemencias meteorológicas son un contratiempo que, especialmente este año, cada campaña afectan a decenas de productores, ¿es sensible Cajamar ante estos problemas?**

-Creo que si una entidad se ha distinguido siempre por anticiparse a poner soluciones sobre la mesa para hacer frente a este tipo de situaciones, esa ha sido Cajamar. En estas circunstancias no

se busca el negocio sino prestar el servicio financiero que se necesita para que los agricultores puedan recuperarse y volver a la normalidad lo antes posible.

**-Para una caja, la obra social es una obligación, ¿en qué centra sus esfuerzos en este sentido la entidad financiera Cajamar?**

-Las finalidades de los recursos del Fondo de Educación y Promoción de Cajamar Caja Rural son la formación y educación de los socios y empleados de la entidad en los principios y valores cooperativos, así como la difusión de las características del cooperativismo en el medio social y rural, y otras acciones cooperativas de orden sociocultural; el fomento de acciones relacionadas con la difusión del cooperativismo, de la intercooperación y de la integración cooperativa; la promoción cultural, profesional y asistencial, en el ámbito local o de la comunidad en general, con objeto de contribuir a la mejora de la calidad de vida y el bienestar social; y a participación en estrategias y programas que den respuesta a las necesidades de desarrollo social, protección del medio ambiente y desarrollo económico de las zonas de actuación de la entidad.

**“La Fundación trabaja para el desarrollo local”**

**-La Fundación Cajamar y su Servicio de Estudios son, sin duda, un complemento esencial para la entidad financiera. Concretamente, ¿cuál es su función ?**

-La acción social de nuestra entidad ha ido creciendo y

ampliando su campo de actuación en los últimos años, adaptándose a los cambios y necesidades que plantea la nueva realidad social. En este sentido, la Fundación Cajamar recogió hace tres años el legado de investigación y conocimiento de la Estación Experimental Las Palmerillas y del Instituto de Estudios y lo ha ido enriqueciendo con otras áreas de actuación, como la que ha dado lugar al Centro de Investiga-

ción Medioambiental. Del mismo modo que la entidad financiera, los objetivos de la Fundación Cajamar son el fomento de la economía social y el desarrollo local, centrandose su actividad en el análisis de la realidad productiva, en la investigación técnica aplicada, en la apuesta por la cultura de la sostenibilidad, así como en la promoción de actividades culturales y de cooperación al desarrollo.

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

# Comarcas

## IRRESPONSABILIDAD

### La Junta sigue lavándose las manos respecto a la plaga de mosquitos

EL PAL Y EL PP ESTÁN HARTOS DE DEMANDAR QUE EL GOBIERNO AUTONÓMICO NO SIGA HACIENDO DEJACIÓN DE SUS FUNCIONES

■ Rafa Villegas

Lejos de mejorar, la plaga de mosquitos está dando aún más problemas. La causa principal es climatológica, y es que tras varios días de vientos de componente Oeste, el Levante ha hecho acto de presencia y está trasladando a los insectos desde Punta Entinas a los núcleos poblados.

El Equipo de Gobierno de El Ejido no cesa en su empeño de exigirle a la Consejería de Medio Ambiente que no haga dejación de sus funciones y actúe. Sin embargo, visto que desde la Administración autonómica están haciendo oídos sordos, el Gobierno ejidense (PAL) se ha visto obligado a elevar una queja formal



■ Los habitantes de los núcleos costeros de El Ejido están hartos de los mosquitos. / FHALMERÍA

ante el Defensor del Pueblo Español, el Defensor del Pueblo Andaluz, así como a la Comisión Europea y el Parlamento Europeo.

La plaga de mosquitos está afectando, muy especialmente, a los núcleos de población ejidenses de

San Agustín, Las Norias, Almerimar, Ensenada de San Miguel y Guardias Viejas; además de al municipio de Roquetas de Mar.

Cabe recordar que el principal foco de mosquitos es Punta Entinas, competencia de la Junta. El

Ayuntamiento ejidense sí está cumpliendo su labor y continúa fumigando donde le corresponde.

Lo que sí está favoreciendo un poco que nazcan menos mosquitos es, sin duda, que las charcas están disminuyendo su tamaño,

sobre todo gracias a que, como ha afirmado el concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Jorge Viseras, “la descarga de agua subterránea desde el Acuífero Superior Central hacia las capas freáticas colgadas de la costa, incluidas las charcas de Punta Entinas, está disminuyendo, puesto que está bajando, aunque levemente, el nivel de dicho acuífero”.

El descenso del nivel de las charcas favorecerá, según Viseras, “el nivel de nacimientos de mosquitos que más molestias está causando disminuya, ya que dichos mosquitos, del género ‘Ochlerotatus’, ponen los huevos en el suelo, en los márgenes de las charcas, y para que esos huevos prosperen necesitan que haya lámina de agua encima”.

## EXIGENCIAS DEL PP

El PP almeriense ha pedido una reunión urgente con el delegado de Medio Ambiente, Clemente García. Además, ha registrado dos preguntas orales al Consejero, una comparecencia y una Proposición No de Ley. Por otra parte, la diputada del PP, Delia Mira, logró que todos los grupos de Diputación apoyaran un moción que insta a la Junta a actuar.

## EFICACIA

### La Guardia Civil detiene a varios ladrones de materiales agrícolas

■ R. V. A.

Las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado siguen demostrando su eficacia en el Poniente almeriense. Así, rara es la semana que no consiguen detener a autores de robos, tanto de material agrícola como de cortijos.

Así, por ejemplo, a finales del pasado mes de abril, agentes de la Guardia Civil del Puesto Principal de Vúcar detuvieron a cuatro personas, todas ellas con domicilio en El Ejido, como presuntos autores de dos delitos de robo cometidos en dos fincas del paraje vicario del ‘Cerro de los lobos’, así como la imputación de los detenidos en otros dos robos con fuerza.



■ Material agrícola. / FHALMERÍA

Por otra parte, el primero de mayo, agentes de la Guardia Civil del Puesto Principal de El Ejido detuvieron a un ciudadano magrebí con domicilio

en la ciudad ejidense como presunto autor de los delitos de robo en un cortijo de una finca de invernaderos, así como atentado a los agentes de la autoridad. Y es que, el detenido agredió con las herramientas con las que forzó la puerta del cortijo.

Finalmente, la Policía Local de Vúcar se vio obligada a realizar una actuación de este tipo en dicha localidad a mediados de este mes. Esta se llevó a cabo tras el aviso registrado en la Jefatura de la Policía Local sobre el robo en la Cooperativa Vicasol de diversos efectos. La Policía logró detener a dos jóvenes, de 17 y 19 años de edad, ambos con domicilio en el término municipal vicario.

## ASOMBRO

### El PP vicario ve surrealista que Bonilla destine 1 millón de euros para monumentos

■ R. V. A.

La noticia de que el Ayuntamiento de Vúcar va a destinar un millón de euros de la segunda fase del Plan E para monumentos ha dado la vuelta a España. El PP vicario, con su portavoz, Juan Luis Reche, a la cabeza, ha criticado “estas inversiones dado el momento de crisis que atraviesan los agricultores de la zona”.

En concreto, el millón de euros, que supone nada menos que el 40 por ciento del montante total del Plan E (2.325.930 euros), se va a emplear en la construcción de dos esculturas, concretamente a la implantación de un monumento-homenaje a la agricultura, como ya adelantó FHALMERÍA el mes pasado, por un

importe de 600.000 euros, así como a finalizar las obras de la Puerta del Corazón del Poniente.

Para Reche, “como regidor, Bonilla no tiene obligación legal, pero sí moral para ayudar a su pueblo y a los agricultores”. Es por ello que el presidente del Partido Popular vicario, José Antonio Fernández, ha reprochado al Gobierno municipal “la falta de austeridad en cuanto al destino de los fondos” y vería “más conveniente destinar los mismos al arreglo de caminos rurales o a la aplicación de medidas de higiene rural”. Si bien, como ha añadido “se encuentran dos relativos a la mejora de recogida selectiva de residuos agrícolas y urbanos, para lo que se han destinado 400.000 euros en total”.

## SORPRESA

# Viseras critica que Deus no reconozca el Plan de Higiene Rural de El Ejido

SE TRATA DEL ÚNICO EXISTENTE EN TODA LA PROVINCIA Y DATA YA DEL AÑO 2001, POR LO QUE NO ENTIENDEN LA "FALTA A LA VERDAD"

■ **Rafa Villegas**

El concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Jorge Viseras, ha mostrado su sorpresa ante las declaraciones realizadas por el delegado de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Juan Deus, en un acto público. En esta ocasión englobó a todos los ayuntamientos de la provincia en la falta de cumplimiento de los compromisos adquiridos en el verano de 2001 con motivo del barrido cero.

Viseras ha asegurado que ese comentario "falta a la verdad". Y es que, como bien es sabido, el Ayuntamiento ejidense es el único de la provincia que cuenta con



■ **Jorge Viseras, concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido.** / FHALMERÍA

un Plan de Higiene Rural, además no es nuevo, sino que data del año 2001.

Es más, el edil de Agricultura ejidense ha asegurado que "en los últimos tres años, este concejal ha expedientado por falta de higie-

ne rural en el municipio de El Ejido 1.267 parcelas, de las cuales se han tenido que incoar 350 expedientes de sanción, y de ellos se han resuelto 238 expedientes sancionadores". No obstante, como norma general, los agricultores del

municipio resuelven rápidamente el problema y se evitan una multa.

Viseras ha querido recordarle a Deus que "hay que tener en cuenta que los concejales nos sometemos cada cuatro años al voto de

los ciudadanos, incluidos aquéllos a los que hemos multado, mientras que a los delegados de la Junta los nombra el presidente de la Junta de Andalucía y, por tanto, los delegados de la Junta no están sometidos al examen cada cuatro años de los ciudadanos a los que se sanciona".

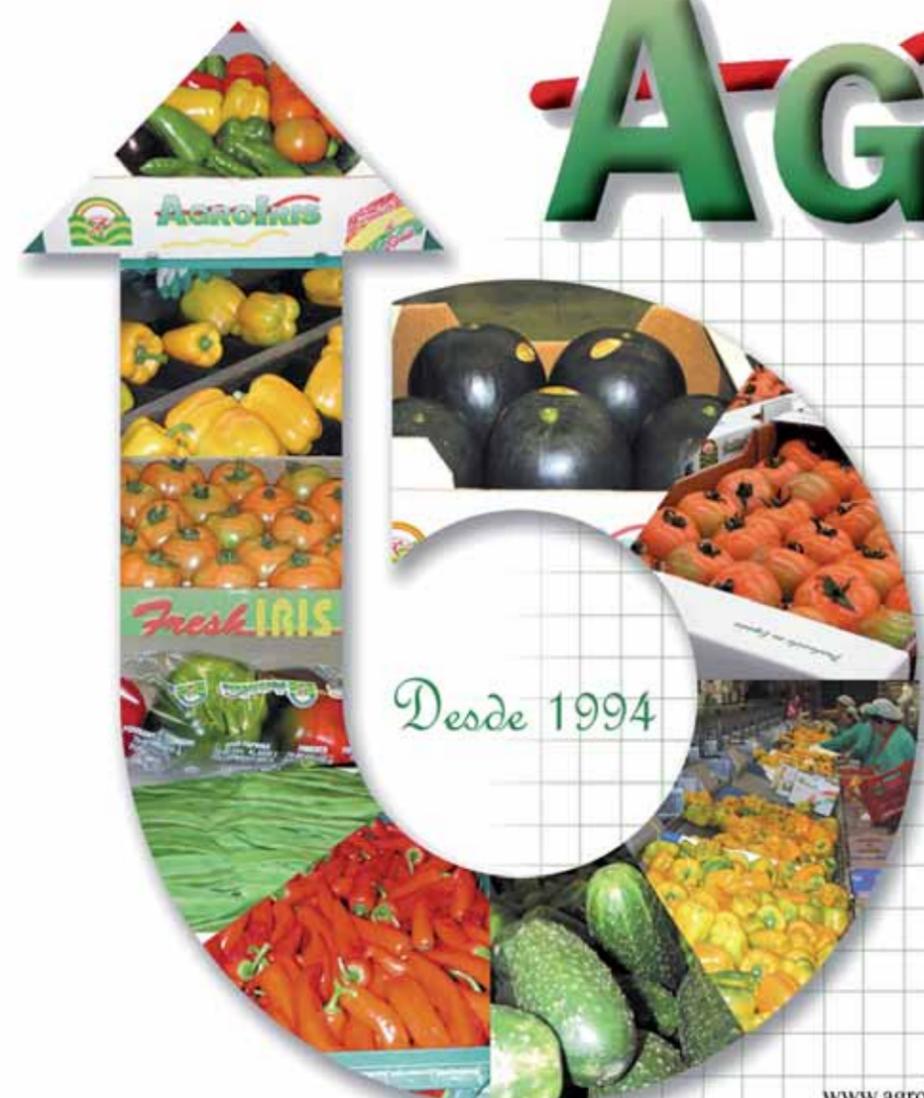
Afortunadamente, como ha comentado Viseras, los técnicos de HORTYFRUTA, que fueron los encargados de realizar las jornadas, que llevaron por título 'Higiene rural y Gestión de Residuos Agrícolas: Barreras, Mejoras y Soluciones', "sí expusieron públicamente, en el mismo salón, que sí hay un municipio con un Plan de Higiene Rural en marcha, y es el de El Ejido".

## AYUDAS DE LA JUNTA

Por otra parte, Viseras está aún "a la espera desde el pasado invierno de que nos comuniquen formalmente desde la Consejería cómo pueden los agricultores del municipio acogerse a la anunciada ayuda de los 300 euros por hectárea, dado que el esfuerzo que tienen que hacer nuestros agricultores se vería en parte recompensado con las tantas veces anunciada ayuda de la Junta, y más en las circunstancias actuales".



# AGROIRIS



Desde 1994

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

www.agroiris.com.  
fguil@agroiris.com / asalinas@agrorirs.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

## FORMACIÓN

## Los agricultores nijareños profundizan en control biológico

I. F. G.

Agricultores de Agroponiente Níjar y Vegacañada, así como empleados de ambas empresas participaron a principios del mes de mayo en un curso sobre 'Control Biológico para Agricultores', impartido por COEXPHAL y con a colaboración de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA). El objetivo de este curso, según indicaron desde Grupo Agroponiente, era "trasladar a los productores un importante cuerpo de conocimientos acerca de este modelo productivo que se está imponiendo en el campo almeriense".

De este modo, agricultores y personal de las dos compañías pudieron profundizar aún un poco más en el control integrado de plagas. El método productivo que, desde hace ya tres campañas, ha logrado asentarse en el campo almeriense y convertirse, de hecho, en el método preferido por los agricultores para sacar adelante sus producciones. Gracias a él, además, la provincia ha logrado mantener una importante cuota de mercado en las grandes plazas europeas, haciéndose, a su vez, con la confianza de miles de consumidores.

## MEJORAS

Teniendo todo esto en cuenta, José Miguel Fresneda, gerente de Agroponiente Níjar, comentó que "en el campo de Níjar, los agricultores demandan este tipo de iniciativas", entre otras cosas, "para continuar mejorando el sistema productivo, aumentando la productividad y nuestra capacidad para afrontar los retos del futuro y la competencia de otros focos de producción".

Junto a este curso impartido en el Levante provincial, también se llevó a cabo otro en el Poniente almeriense. De este modo, a finales del pasado mes de abril, agricultores y técnicos se dieron cita en las instalaciones de la Asociación de Cosecheros en La Mojónera para asistir a una jornada en la que los insectos auxiliares y su manejo en el interior del invernadero fueron los protagonistas.

## EN LA PRENSA

## 'The New York Times' analiza en Níjar su modelo de integración sociolaboral

EL PRIMER EDIL NIJAREÑO FUE ENTREVISTADO POR LA REPORTERA SUZANNE DALEY, DESPLAZADA DESDE ESTADOS UNIDOS

Isabel Fernández

Periodistas del rotativo norteamericano 'The New York Times' entrevistaron recientemente al alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez, para conocer de primera mano la incidencia de la inmigración en el municipio, así como las posibilidades reales de integración de los recién llegados a la vida diaria en Níjar. Según explicaron desde el Consistorio, la reportera Suzanne Daley, que fue quien realizó la entrevista, mostró el interés de su publicación por los contratos en origen. Esta forma de contratación, muy utilizada por las organizaciones agrarias de la provincia, permite que los trabajadores, llegados, en muchas ocasiones, de países del África subsahariana, estén empleados en la provincia durante toda la campaña y, una vez acabada ésta, regresan a su país de origen. En este sentido, el regidor nijareño quiso dejar claro que, si bien es una fórmula bastante utilizada, "no funciona tan bien como debería".



El alcalde, Antonio Jesús Rodríguez, fue entrevistado por periodistas del rotativo. / FHALMERÍA

Asimismo, la periodista, que llegó acompañada de una traductora y de una fotógrafa, se interesó por la incidencia de la crisis económica en la evolución de la in-

migración. De este modo, quiso conocer si la recesión en el sector del ladrillo ha traído consigo que los inmigrantes empleados en la construcción cambiaran la obra por el invernadero y, de ser así, cuál es su adaptación a este tipo

de trabajo.

Durante casi un hora, la periodista y el alcalde nijareño intercambiaron impresiones sobre la convivencia de la población local con los recién llegados desde distintos países.

## EN EL LEVANTE

## Un 30% menos de sandía y para principios de junio

Isabel Fernández

Los productores de sandía del Levante provincial aún tendrán que esperar unos días para poder cosechar sus primeras frutas. Así lo afirmó Pascual Soler, vicepresidente de ASAJA-Almería, quien explicó que "debido a las lluvias de este año, que nos impidieron entrar a trabajar la tierra antes, este año la producción se va a retrasar entre 10 y 15 días". Esto significa que, por lo pronto, no será hasta el 5 ó 10 de junio cuando comiencen a recolectarse las primeras sandías en malla del Levante.

Asimismo, Soler lamentó que, junto al retraso de estas producciones, las lluvias de los últimos meses han traído consigo una merma considerable de la producción de esta fruta en invernadero. "Por el clima, se va a cor-

tar un 30% menos", matizó Soler, quien detalló que "la producción podría ser de 1'5 a 3 kilos por metro cuadrado", una cantidad que, desde luego, no ayudará a los productores "ni siquiera a cubrir gastos".

Así las cosas, y dadas las dificultades que presenta el cultivo de sandía, muchos agricultores de esta zona están a la espera de ver cómo se desarrolla su campaña de tomate de verano. Éste, en principio, no comenzará a recolectarse hasta dentro de unos días. Sin embargo, las expectativas puestas en él son muchas. "De momento, todo va muy bien", indicó Soler, quien detalló que "la plantación se está desarrollando muy bien y, por lo pronto, confiamos en que la cosecha también será buena". Por último, y en cuanto a la calidad, "esperamos que sea muy buena".

## ASOCIACIÓN DE LA TERCERA EDAD SAN ISIDRO



## Una cruz de mayo por los agricultores de la provincia

La Asociación de la Tercera Edad San Isidro dedicó su cruz, a modo de plegaria, a la virgen para que proteja a los agricultores, que tan malos tiempos están viviendo desde hace algunas campañas. Para

ello, junto a los hinojos y acelgas con los que los socios decoraron la cruz, situaron varias cestas de hortalizas. El alcalde nijareño, Antonio Jesús Rodríguez, quiso conocer la cruz.

# Compromiso de Protección



  
**Grupo TPM**

*Los Plásticos de Almería*



## ANDARAX

# Un total de 12 bodegas protagonizan la VII Feria del Vino de Laujar 2010

EL EVENTO CONTÓ CON UN CONCURSO DE VINOS, UNA CATA PARA LOS ASISTENTES A LA FERIA Y LA VISITA DEL NARIZ DE ORO 2007

■ Elena Sánchez

La localidad almeriense de Laujar de Andarax acogió a principios de mayo la VII edición de la FERIA del Vino de Laujar, un evento donde los caldos de la provincia son los protagonistas durante tres días. Para esta ocasión, la organización ha contado con la ayuda de la Diputación de Almería a través de la entrega de 10.000 euros, una cantidad, según Emilio Romero, alcalde de Laujar, "más que necesaria para poder llevar a cabo la feria, ya que el año pasado por problemas también económicos no pudimos celebrarla".

Como novedad, la ubicación de la feria este año ha sido en el centro del pueblo de Laujar, mientras que en ediciones anteriores se venía desarrollando a las afueras. Al respecto, Romero ha confirmado que "este cambio ha sido muy positivo para todos, ya que tanto tiendas como restaurantes han notado la gran afluencia de visitantes



■ Momento de la cata de vinos durante el concurso realizado dentro de la VII FERIA del Vino. / FHALMERÍA

a la feria, por lo que todos hemos salido bien parados de esta acción".

En lo que respecta a la VII FERIA del Vino de Laujar, ésta comenzó con la celebración de unas jornadas enoturísticas previas que

se hicieron a través del CADE. "Aquí contamos con la participación de empresarios, bodegueros y restauradores que realizaron visitas a las bodegas más cercanas de la comarca del Andarax, la Alpujarra y Laujar". Un total de 12

bodegas son las que estuvieron presentes en la Plaza Mayor de la Alpujarra.

Asimismo, durante todo el día 1 de mayo y como es habitual en este evento, se llevó a cabo el concurso de vinos. En esta iniciativa

estuvo presente el Nariz de Oro de 2007, Antonio Gutiérrez. De hecho, fueron cinco categorías las premiadas en esta ocasión. Los ganadores, según ha indicado el alcalde de Laujar, "se han dividido por categorías. Así, en la que corresponde a vino blanco joven y barrica, ambos premios se los llevó la bodega Barea-Granados. En cuanto a la categoría de vino rosado, el galardonado fue Vinos Selección de Fondón con Tetas de la Sacristana y en la categoría de tinto joven, el premio fue para la Bodega El Cortijo de la Vieja con su vino Iniza; y en barrica, el vencedor fue la Bodega Buenavista, de Juan Palomar, con su vino Cabernet Sauvignon. Un vino que ya anteriormente recibió un total de 90 puntos por parte de Robert Parker, importante enólogo de Estados Unidos, y que en Laujar recibió 87 puntos".

## CATA GUIADA

Por otro lado, la feria no terminó con la entrega de premios del concurso, sino que también se llevó a cabo una cata de vinos guiada, donde los asistentes pudieron degustar los mejores caldos de la zona, así como también tuvieron la oportunidad de aprender las diferentes formas de conocer las características organolépticas de los mismos.

En general, una edición que sólo cuenta con buenas críticas y que ha avanzado un paso más para consolidar los buenos vinos que existen en la zona de Laujar.

## VÉLEZ BLANCO

### Pavimentados varios caminos rurales del municipio

■ I. F. G.

La Diputación Provincial ha destinado 300.000 euros a la pavimentación de caminos rurales en el municipio de Vélez Blanco que tienen "una importancia crucial" tanto para el tránsito de vecinos de la zona como para los visitantes de estos parajes. Según indicaron desde la Diputación, los caminos rehabilitados han sido el que conduce a la Cueva de los Letreros, el camino de Los Adanes, del Pilar y de Coto Montalviche. La actuación se llevó a cabo tras limpiar estas vías, nivelando la superficie para, después, verter una capa de aglomerado asfáltico en caliente de unos 15 centímetros de espesor.

## PREVISIONES

### La superficie de leguminosas podría aumentar esta campaña debido a las ayudas de la PAC

■ I. Fernández

La superficie de leguminosas podría aumentar esta campaña en la provincia. Así lo indicaron desde las organizaciones agrarias y explicaron que este incremento de las hectáreas destinadas a la producción de yeros, vezas o garbanzos podría deberse a las ayudas de la Política Agraria Común (PAC) para incentivar su cultivo. En este sentido, Juan Pedro Miravete, responsable de Cereal y Ganadería de COAG en la provincia, indicó que, en principio, "creo que este año podría haber en torno a un 15% ó 20% más de yeros y vezas".

Por su parte, Juan Jesús Carricondo, responsable de Cereal de ASAJA-Almería, apuntó que, si bien no tenían aún una cifra estimada del incremento de la super-



■ Su superficie se concentra en el norte provincial.

ficie de leguminosas, lo que sí está claro es que "este año está habiendo un importante aumento" y apuntó a las ayudas de la Unión Europea (UE) como el principal motivo. Y es que los Veintisiete han decidido incentivar el culti-

vo de yeros y vezas para, de este modo, recuperar una práctica tan tradicional como es la rotación de cultivos.

Por otro lado, y con respecto al uso posterior de estas leguminosas, tanto yeros como vezas se

destinan a la alimentación de ganado.

## GARBANZOS

Pero la UE no sólo ha decidido incentivar el cultivo de estas dos leguminosas, sino también de los garbanzos. En el caso de este producto, las ayudas de la PAC a las que pueden optar sus productores son las regladas en el Programa Nacional para la Calidad de las Legumbres. Este programa recoge la concesión de subvenciones para "la producción de leguminosas de grano de consumo humano" y, dentro de ellas, de las que "se producen en el marco reglamentario de la Agricultura Ecológica". En Almería, los garbanzos se cultivan de forma ecológica y, gracias a estas ayudas, también se prevé un aumento de su superficie.

# Especial Bouquet

A GUSTO DE TODOS



## Calidad, sabor y promoción para hacer de Bouquet la sandía española más conocida

■ **Rafa Villegas**

La conjunción de varios factores han hecho que la amplia gama de sandías Bouquet ocupe en la actualidad un importante segmento del mercado. Y es que Anecoop, la cooperativa de segundo grado de la que depende la marca, se ha centrado desde el principio en la comercialización sólo y exclusiva-

mente de sandías de primerísima calidad, lo que implica no sólo un sabor excelente, sino también que sean muy llamativas a la vista.

Anecoop también le confiere una especial atención a la investigación y a la innovación. Gracias a eso puede presumir de contar con una gama de sandías Bouquet para todos los gustos. Sandías sin semillas rayada,

Mini, amarilla y negra,

No conforme, como no podía ser de otra manera, con mantener su elevado número de clientes repartidos por lo largo y ancho del Viejo Continente europeo, la comercializadora de segundo grado española realiza cada año una completa y decidida campaña de promoción de sus sandías.

En esta ocasión, Anecoop, sin

descuidar la promoción en el mercado nacional, se va a centrar en cuatro países europeos muy importantes. Se trata, concretamente, de la vecina República francesa, Austria, Alemania, así como, más al Este, la República Checa.

Las campañas se realizan en estaciones de metro, en tranvías, así como en la misma calle, como es el caso de lo que ha-

rán en Praga. También centrarán sus esfuerzos en llegar a los clientes de mercados mayoristas, además de fruterías de varios países, así como participarán en diferentes actividades deportivas y solidarias, como es el caso de dos carreras populares en la Comunidad Valenciana y en la X Marcha Avon contra el cáncer de pecho, que tendrá lugar en Praga.

## CONFIANZA

# Los consumidores dispondrán de 81 mil toneladas de sandía Bouquet

UNA VEZ MÁS DESTACA LA COMERCIALIZACIÓN DE SANDÍA RAYADA SIN PEPITAS, DE LA QUE SE DISTRIBUIRÁN UNAS 69.500 TONELADAS

Rafa Villegas

Si hay un aspecto que caracteriza a Anecoop es, sin lugar a dudas, que ha sabido adaptarse, desde sus inicios, a la demanda del consumidor final. Es por ello que, gracias también a un notable esfuerzo en investigación, a día de hoy la cooperativa oferta variedades de sandía para todos los gustos.

Concretamente, en la presente campaña, Anecoop oferta, tanto en el territorio nacional como en diferentes países del continente europeo, un total de cuatro variedades distintas de sandía cultivadas mediante dos sistemas, el tradicional y el biológico que, una vez más, están haciendo y harán las delicias de grandes y pequeños.

Según los datos de cosecha que maneja la cooperativa de segundo grado española, este año tienen previsto alcanzar un volumen de producción más que considerable. En concreto, Anecoop calcula que exportará unas 105.000 toneladas, aproximadamente, entre sandía Bouquet sin pepitas y sandía tradicional con pepitas.

## SANDÍAS SIN PEPITAS

Una vez más, las reinas serán las sandías Bouquet sin pepitas. Dentro de las mismas destacará otro año más la sandía rayada, para la que se ha previsto una producción este año 2010 de unas 69.500 to-



■ De las sandías Bouquet no sólo camela su sabor, también su vista. /ANECOOP

neladas, lo que representa el 85 por ciento del grueso total.

Dentro de las sandías sin pepitas, por número de kilogramos producidos y exportados, ocupará la segunda posición del ranking una que ha conquistado a un elevado número de consumidores, como es el caso de la Sandía Mini. Se trata de una sandía pequeña, que se adapta perfectamente a la creciente demanda por parte de los hogares unifamiliares. Además del tamaño, que la hace única, esta sandía también destaca por su dulzor y es que es todo corazón. Es más, Anecoop ha decidido rediseñar la etiqueta de esta variedad, aumentándole el tamaño al adhesivo y poniendo más énfasis al mensaje con el lema 'Sólo corazón de sandía'.

Dentro de la familia Bouquet va



■ La sandía Mini destaca por ser pequeña y todo corazón. /ANECOOP

ganando cuota la sandía negra, que lleva dos años en el mercado. Así, en su línea de satisfacer el abanico más amplio posible de demanda, cuenta con esta opción

para los más tradicionales que prefieran esta fruta con la corteza de las sandías de toda la vida. Esta campaña se comercializará a través de las redes de la cooperativa

## Bouquet, una marca multiproducto de éxito

Bouquet ha conseguido posicionarse en el mercado internacional gracias a que sus exigentes consumidores han visto en ella todo un símbolo de garantía, calidad y éxito.

Además de todas estas cualidades, la marca de Anecoop tiene otra baza importante. Y es que, además de la sandía en verano, oferta, por ejemplo, el kaki Persimon Bouquet, que ha conquistado miles y miles de hogares, tanto en España como en el extranjero.

Del mismo modo, aparte de sandía y kaki Persimon, que son estacionales, la marca española también comercializa hortalizas y cítricos, siempre con una cuidada calidad, que la hacen reconocible, apetecible y presente los 365 días del año.

Cabe hacer una mención especial a los dos métodos productivos utilizados con la marca Bouquet. Se trata, concretamente, del método tradicional y, por otra parte, en sintonía con la creciente demanda por parte de los mercados de destino más exigentes, la rama Bio. En definitiva la cooperativa Anecoop continúa adaptándose a la demanda de sus clientes.

de segundo grado española la nada despreciable cifra de 2.300 toneladas.

Finalmente, dentro de las sin pepitas Bouquet cabe destacar también la producción y comercialización de la que es, junto a la Sandía Mini, la que más sorprende aún entre los clientes nacionales e internacionales. Se trata, como no podía ser de otra manera, de la sandía amarilla.

Su color llama mucho la atención y su sabor es exquisito. De esta variedad de sandía se ha previsto el envío por España y el Viejo Continente europeo de unas 2.300 toneladas, aproximadamente.

La refrescante sandía Bouquet sin pepitas está ya en los mercados más exigentes de Europa. Lo cierto es que son cada vez más los consumidores que eligen la calidad y sabor de la misma.



Anecoop sabe de la importancia de ofrecer calidad y sabor, pero también de informar a sus potenciales consumidores de lo que oferta. Es por ello que cada año se empeña en llegar al máximo número de sitios con diferentes acciones. Entre ellas figuran campañas en prensa es-

## Colaboración en actividades deportivas y benéficas

pecializada, no sólo en España, sino también en otros países europeos. Del mismo modo, la cooperativa de segundo grado

española participa activamente en congresos, como es el caso del Congreso de Frutas y Hortalizas de AECOC, que se

celebrará en Valencia; participará también con espacios expositores divulgativos en dos carreras populares, también en la Comunidad Valenciana, así como en dos ferias rurales de la misma provincia. También participará en la Marcha Avon contra el cáncer de pecho.

# think natural



**Piense en sandías  
100% naturales, 0% aburridas.**

Piense en 250 millones de unidades vendidas en toda Europa. En las Sandías Sin Pepitas BOUQUET, la marca líder europea. Una familia de cuatro variedades: En sandías de piel rayada, la roja, la amarilla y la mini, pero también para los más tradicionales la roja de piel negra... Siempre sin pepitas y con imaginación... Piense en sandías que sorprenden cada día, por su sabor, color y frescura. En la nueva gama BIO, siguiendo las tendencias del mercado. En su moderno packaging. Es la apuesta de Anecoop en sandías, 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 04720 Aguadulce - Roquetas de Mar (Almería)  
Tel: +34 950 346 404 • Fax: +34 950 349 030 • e-mail: jbono@anecoopalmeria.com



**ANECOOP**  
think natural  
[www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

## PROMOCIÓN

# Anecoop pone en marcha la Campaña de Sandía Bouquet 2010 en España y Europa

EL MERCADO NACIONAL, FRANCIA, ALEMANIA, REPÚBLICA CHECA Y AUSTRIA SERÁN LOS PRINCIPALES FOCOS DE ATENCIÓN ESTE AÑO

Rafa Villegas

Anecoop le da mucha importancia a la promoción de sus productos para que su excelente calidad pueda ser disfrutada por el mayor número posible de clientes, tanto del territorio nacional como de otros países. Con la llegada del buen tiempo es hora de consumir sandía, por lo que la cooperativa de segundo grado ha comenzado ya su potente 'Campaña de Sandías Bouquet 2010', con una inversión superior al medio millón de euros.

Sin descuidar el mercado nacional, donde están previstas un sinnúmero de actividades promocionales, en el ámbito internacional Anecoop se va a centrar este año en cuatro países del Viejo Continente europeo. Se trata, concretamente, de la vecina Francia, Austria, República Checa y Alemania.

## ACCIONES EN ESPAÑA

En el territorio nacional están previstas varias acciones que no dejarán indiferente a nadie. Para comenzar, Anecoop ha decidido rediseñar la etiqueta de su Mini Sandía Bouquet sin pepitas. Así, con la intención de darle un mayor énfasis al mensaje, el eslogan ha cambiado a 'Sólo corazón de sandía', además, la etiqueta ha ganado tamaño.

Por otra parte, con el objetivo de convertir la marca Bouquet, durante todo el año y para varios productos en un referente del mercado español, Anecoop ha intensificado las negociaciones y los acuerdos con empresas pertenecientes a diferentes mercados mayoristas de España, donde también se realizarán animaciones, al igual que se llevará a cabo en 400 fruterías del país. Todo ello irá apoyado con material gráfico.

Bouquet tendrá, del mismo modo, un stand en el Congreso de Frutas y Hortalizas de AECOOC, que se celebrará en Valencia los días 29 y 30 de junio. En la misma provincia también desarrollarán acciones promocionales en dos carreras popula-



Las nuevas 'porciones' de sandía Bouquet. /ANECOOP



Cajas de la amplia gama de sandía Bouquet. /ANECOOP

res de Valencia, así como dos ferias rurales.

Especial atención recibirán este año las Islas Canarias, donde se decorarán dos camiones con los laterales de la sandía Bouquet y se realizará animación en varias tiendas.

Del mismo modo, Anecoop tiene prevista su participación en diferentes medios de comunicación nacionales, en concreto en los números de mayo, junio y julio/agosto. El montante total del presupuesto promocional para España será de unos 175.000 euros, aproximadamente.

El país que centrará buena parte de la promoción este año será, sin duda, Francia. Así, las acciones se centrarán en vallas en metros y tranvías, como los de las ciudades de París, Lille y Lyon, así como presencia en mercados mayoristas de diferentes provincias galas, distribución de merchandising, una amplia campaña de divulgación en la prensa profesional del país vecino, así como una presentación de la campaña a prensa y clientes. Esta última tuvo lugar en París el 11 de mayo.

El presupuesto promocional para Francia ya está cerrado y alcanza los 300.000 euros, como

## Las porciones de sandía son la gran novedad

Anecoop se ha propuesto revolucionar el mercado de la sandía aún más y este año presenta una importante novedad para sus clientes. Se trata, concretamente, de una incursión con esta fruta en el universo de la cuarta gama.

Así, este año la cooperativa de segundo grado está presentando lo que será, sin lugar a dudas, un elemento táctico fundamental en su estrategia de promoción. Se trata del lanzamiento de las por-

ciones de sandía. Éstas van a permitir, como no podía ser de otra manera, por una parte, dar a probar el producto y, por otra, incrementar la notoriedad de la marca.

Hay un dicho que Anecoop sabe aplicar, año tras año, a la perfección: 'Renovarse o morir'. Y es que en la cooperativa española tienen muy clara la importancia de ganar nuevos clientes con la promoción, así como seguir sorprendiendo a los que ya tienen con novedades.

La innovación siempre ha ido de la mano de la cooperativa, cabe recordar la amplia gama de sandías sin semillas que tiene, incluida la 'Mini' Bouquet.

## La República Checa es clave en la promoción

La República Checa cobra un especial protagonismo en la Campaña de Sandía Bouquet 2010. Anecoop destinará 35.000 euros para conquistar más clientes con el dulzor de sus sandías.

Entre las acciones destacan degustaciones en el centro de Praga; un stand el 5 de junio en el X Aniversario de la Marcha Avon contra el cáncer; la participación en el Festival de la Sandía, que se celebra anualmente en la localidad checa de Liberec; así como la distribución de merchandising en la capital, como posters en tiendas de frutas y hortalizas, reparto de pegatinas con el título 'En esta tienda puedes comprar Bouquet', etc.

También se instalarán carritos Bouquet en la salida de los colegios electorales, con motivo de las elecciones generales del 28 y 29 de mayo y se ayudarán de Internet para aumentar el número de consumidores.

han informado desde la propia cooperativa.

Por otra parte, la sandía Bouquet también hablará alemán. Y es que contará con promoción en Alemania y en Austria. En el país teutón dividirán los esfuerzos entre los mercados mayoristas y los supermercados. En los primeros, se realizarán acciones en puntos de venta de varios detallistas, y también se les enviará material promocional. Haciendo lo propio, en supermercados. En Austria, los esfuerzos se centran en una cadena de supers, con inserción incluida de publicidad en su revista y un presupuesto de 22.000 euros.

# Especial Sandía y Melón

## La cosecha de los sabores

**389 millones de kilos de sandía y 167 millones de kilos de melón**



### Marcas:

✓ Las últimas campañas de sandía, marcadas por la “lucha” de grandes marcas comerciales

### Sabor:

✓ El sabor marca la comercialización de estos dos productos

### Clima:

✓ El consumo crece o disminuye en función del clima en los países consumidores de Europa

### Precio:

✓ El precio de la sandía y el melón varía mucho en muy poco tiempo

COOPERATIVA AGRÍCOLA SAN ISIDRO

# La sandía negra sin pepitas del Levante de la provincia se denomina 'Reina de CASI'

ES LA QUINTA CAMPAÑA QUE LA EMPRESA PONE EN EL MERCADO UN PRODUCTO QUE HA CALADO EN EL COMERCIO TRADICIONAL

■ José Esteban Ruiz

En los primeros días de junio los agricultores asociados a la cooperativa Agrícola San Isidro comienzan a recolectar sus primeras sandías que serán conocidas en el mercado como 'Reina de CASI'. La campaña se prolonga hasta mediado el mes de julio. Para esta campaña estiman que las 50 hectáreas que han dedicado al cultivo de este producto exclusivo produzcan alrededor de 2.500.000 kilogramos. Del mismo modo que ocurre con la producción de melón, la zona del Levante almeriense, La Cañada-Campos de Níjar, explican desde CASI, "no sólo es propicia para el cultivo de excelentes tomates con personalidad propia, también y, de igual manera, el agua muy salobre y las especiales condiciones climáticas suponen el mejor caldo de cultivo para la fruta de verano por excelencia". La sandía sin pepitas de CASI la definen en la cooperativa como "una fruta con buen sabor, muy dulce y con la pulpa de color rojo con muy buena consistencia".

Después del quinto año en el mercado, en CASI pueden afir-



■ La cooperativa etiquetará con el sello de 'Reina de CASI' esta campaña 2,5 millones de kilos de sandías.

mar que su sandía por excelencia se ha consolidado. Los primeros dos años, reconocen que fueron difíciles, como todos los proyectos que se inician, pero, en los dos últimos, sus previsiones mejoraron y esta campaña,

aunque la situación económica es dura, mantienen la esperanza de que transcurra con éxito y 'Reina de CASI' siga siendo demandada en la misma medida por el consumidor final. Este cliente es, en la mayoría de

los casos, nacional ya que a los mercados donde se dirige el producto se encuentran en territorio español. En CASI reciben la confianza de los comerciantes. En la venta tradicional, lugar habitual de la 'Reina de CASI', el consu-

midor conoce al dueño del comercio y viceversa. Se establecen lazos que no se dan en las grandes superficies. Por tanto, se trata de clientes que responden por sus productos, así que lo que buscan es esa garantía.



■ 'Reina de CASI'.

## La cooperativa San Isidro diferencia en el mercado sus productos de primavera

■ J. E. R.

El etiquetado y diferenciación de los productos de primavera que ofrece la cooperativa Agrícola San Isidro como 'Miel de CASI' o 'Reina de CASI', supone pasar un estricto protocolo de cultivo, recolección y clasificación que parte de un corte realizado por personal externo al agricultor. El primer paso para el corte del producto es que un perito de CASI verifique los grados brix de cada pieza, mediante un muestreo que exige un mínimo de 12º para dar la orden de corte. Es decir, la decisión de

cortar el producto no está en función de que hayan subido los precios como en otras zonas sin tener en cuenta el grado de maduración de la fruta.

Una vez recolectado, el producto pasa obligatoriamente al almacén de clasificación de CASI para presentarlo por calibres, es decir cajas con productos homogéneos en tamaño y siempre de la misma partida para garantizar la trazabilidad.

El producto es comercializado mediante subasta, pero muy bien identificado por calibres y marcas para que el comprador pueda decidir el tipo de pro-

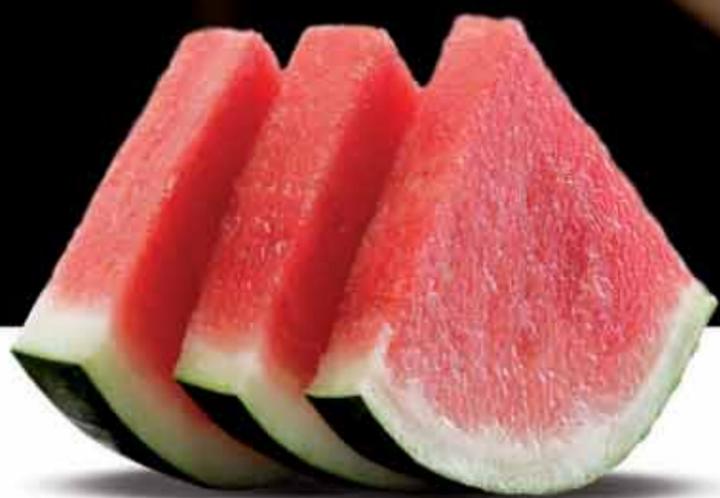
ducto que necesita. "Nunca comercializamos producto que no sea de nuestros socios y de fincas bien identificadas que hayan cumplido el protocolo de cultivo específico y con un control exhaustivo del personal técnico", aseguran desde la cooperativa.

Para CASI la marca es fundamental. En este sentido, defienden que si cuentas con una marca te ves obligado a dar una calidad, algo que desaparece, en cierta medida, si vendes sandía o melón a granel. Además "es un sello que te distingue en el mercado", concluyen.

El sabor  
que perdura  
en tus labios.

Este verano se llevan los sabores frescos e intensos de la Sandía Reina de CASI. La Sandía sin pepitas de aspecto externo verde oscuro y rojo vivo muy apetitoso.

Prueba la Sandía Reina de CASI y verás como perdura su sabor en tus labios.



Ctra. de Nijar - Los Partidores  
04120 La Cañada - Almería  
Tel.: 950 62 60 07 - Fax: 950 29 08 63  
[correo@casi.es](mailto:correo@casi.es) / [www.casi.es](http://www.casi.es)

**CASI**

La Reina de las sandías, sin pepitas.

COOPERATIVA AGRÍCOLA SAN ISIDRO

# El melón piel de sapo 'Miel de CASI' conquista con gran 'dulzura y sabor' el mercado nacional

■ José Esteban Ruiz

A diferencia del resto de empresas comercializadoras de frutas y hortalizas de la provincia de Almería que ofrecen el Galia, Cantalup o amarillo como reclamo principal en melón, la Cooperativa Agrícola San Isidro (CASI) apuesta por una variedad menos común en el cultivo bajo plástico de Almería: el melón tipo piel de sapo. Al respecto desde la cooperativa afirman que apuestan por "los cultivos diferenciadores", así añaden, "CASI ha encontrado su hueco en el mercado para unas variedades de melón piel de sapo que valora sus marcas durante los meses de transición al pleno verano". El melón que ofrece la cooperativa se llama 'Miel de CASI'. En los últimos años se han centrado exclusivamente en el piel de sapo. Aunque es una fruta que aún no ha dado el paso que debe dar, como comparten en CASI, que no es otro que dirigirse a mercados internacionales, ya se está dando a conocer y los que lo prueban quedan encantados. Este producto está funcionando muy bien en el mercado nacional. Con esta fruta han conseguido fidelizar a un gran número de clientes. En los últimos cinco años mantiene durante los dos meses que permanece en el mercado "un importante grueso de clientes". Sabedores de que actualmente, la competencia que existe en el mercado obliga a cada una de las empresas a tener en cuenta que deben ofrecer un melón de gran calidad, con buen sabor y con una textura agradable y bastante dulce, En CASI cuidan a la perfección estos aspectos y aplican dichos criterios con el mismo trabajo de campo.

## PREVISIONES

Para esta campaña, las previsiones que tienen en la Cooperativa Agrícola San Isidro en relación a 'Miel de CASI', se sitúan en un volumen de producción que ronda los 3.000.000 de kilogramos cultivados en 70 hectáreas. Sobre el producto comentan que se trata de las variedades Valverde, 5 Jotas y Gabriel.

La campaña para CASI comienza iniciado el mes de mayo y se prolonga hasta llegado el



■ Cada pieza de melón que comercializa la cooperativa lleva la marca, un aspecto que cuidan en CASI.



■ El melón es muy apreciado por el consumidor.

mes de julio. En este tiempo aprovechan la transición en el mercado hasta la llegada de la concentración de producción de los meses de verano, momento en el que otras zonas importantes de España donde se cultiva esta fruta, como La Mancha, hacen aparición en el mercado. Principalmente, el consumidor nacional es el que disfruta de este producto. En cuanto al canal de

comercialización, 'Miel de CASI' se encuentra en las tradicionales tiendas de barrio, como indican en la comercializadora. Los 'mercados' son los principales intermediarios entre el origen y el comercio de venta directa al consumidor. En estas ventas el consumidor conoce al dueño del comercio y viceversa. Se establecen unos lazos que no se dan en las grandes superficies.



■ 'Miel de CASI' listo para enviar al mercado.

## Una alternativa al melón tradicional de los europeos

El protocolo que mantienen garantiza la calidad del producto y cuentan con todas las certificaciones que existen. Con este aval, la intención de CASI es introducir progresivamente su producto en mercados a los que, hasta la fecha, no pueden considerar como consolidados. La experiencia acumulada en el mercado nacional avala el

inicio de su apuesta por la exportación, que aunque en menor grado, el melón piel de sapo de CASI también se consume en el extranjero. El pasado año se acercaron a clientes de la zona de Francia, Países Bajos e incluso Escandinavia para que probasen el melón con el fin de ofrecer alternativas a sus costumbres.

El sabor  
que perdura  
en tus labios.

Este verano prueba el Melón  
Miel de CASI. El melón de un  
dulzor único e incomparable.  
Fresco, intenso.

Prueba el melón Miel de CASI  
y verás como perdura su sabor  
en tus labios.



Ctra. de Níjar - Los Partidores  
04120 La Cañada - Almería  
Tel.: 950 62 60 07 - Fax: 950 29 08 63  
[correo@casi.es](mailto:correo@casi.es) / [www.casi.es](http://www.casi.es)



Sabor a Miel en tus labios.

## CAMPANA DE PRIMAVERA

# Los invernaderos de Almería producen más de medio millón de toneladas de melón y sandía

EN LOS MERCADOS SE TRABAJA PARA QUE SE DIFERENCIE LA FRUTA DE ALMERÍA DE LA QUE LLEGA A EUROPA DESDE SUDAMÉRICA

■ José Esteban Ruiz

La campaña de primavera debido a la inestabilidad climatológica del invierno ha dado comienzo más tarde de lo habitual. Con ello, las previsiones iniciales se han ido modificando y a falta de estimaciones oficiales se espera que el volumen de producción, tanto en melón como en sandía, descienda. Por tanto, no se alcanzarán las 389.000 toneladas de sandía y las 166.000 toneladas de melón que se obtuvieron la pasada campaña en la provincia de Almería.

Según las cifras aportadas por la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, en la campaña 2008-2009, la facturación registrada en melón superó los 87 millones de euros, valor comercializado, mientras que los agricultores recibieron, en su conjunto, algo más de 58 millones de euros. Por su parte, la sandía acumuló un valor comercializado de 142 millones de euros, mientras que el valor recibido por el agricultor fue de 104 millones de euros. Y es que la cotización en origen alcanzada en la última campaña de primavera, no fue la esperada de inicio, ya que ninguna de las dos frutas superó un precio medio por kilogramo de 36 céntimos de euro.

La superficie cultivada entre ambos productos cubre las 10.000 hectáreas aproximadamente. El año pasado se dedicaron al cultivo de sandía 5.216 hectáreas, con un rendimiento medio por hectárea de 74.724 kilogramos, mientras que de melón se totalizaron 4.447 hectáreas que produjeron cada una de ellas una media de 37.477 kilogramos.

Los trabajos realizados por la Interprofesional Andaluza de Frutas y Hortalizas durante la pasada campaña en los mercados de destino dirigidos a conocer en profundidad las preferencias de los consumidores han iniciado un debate en el seno del sector. Los estudios que se llevaron a cabo determinaron que el consumidor final aprecia más



■ La previsión apunta a un descenso de la producción en melón y sandía. / FHALMERÍA

## LUCHA INTEGRADA

### Casi toda la superficie se cultiva con fauna auxiliar

La mayoría de las plantaciones de melón y sandía de esta primavera saldrán adelante con lucha integrada. Según los últimos datos de la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca de la Junta, en melón, serán 4.435 las hectáreas que se cultiven con métodos de control integrado de plagas, mientras que, en sandía, la superficie será de 2.662 hectáreas. En el caso del melón, las cifras siguen siendo mayores, entre otras cosas, por la mejor adaptación de la fauna auxiliar al cultivo. En este sentido, Francisco Sola, director técnico de Nature Choice co-

mentó que, “en sandía, los problemas aún son mayores que en melón, sobre todo debido a la incidencia que tiene en este cultivo el virus de las venas amarillas”.

Con respecto a las sueltas, “éstas se harán algo más tarde”, debido, claro está, al retraso acumulado por los cultivos. Sin embargo, esto no implica, ni mucho menos, que se puedan producir mayores problemas que en campañas anteriores en una u otra plantación. Lo que sí va a variar, en cualquier caso, es el número de sueltas que se hagan. Así, Ana Belén Arévalo, técnico de Agrobío, explicó que, a causa de las lluvias, “es menor la presión de mosca blanca” y, por tanto, las dosis de suelta también serán más ajustadas. Asimismo, también la cantidad de fauna auxiliar empleada en primavera será más pequeña.

una fruta con más grados Brix que los que se establece en la norma de calidad para melón y sandía. La intención es ofrecer lo que demanda el cliente. No obstante, y a pesar de que parte del sector ha acogido con satisfacción la idea, organizaciones como ASAJA son partidarios de estimular el trabajo en otros aspectos, ya que consideran que “en Almería no se corta melón

por debajo de los 10 grados brix y con ese dulzor la fruta cuenta con bastante calidad”.

Uno de los problemas a los que se enfrenta el productor de melón y sandía, en los últimos años, es que los consumidores difícilmente diferencian en des-

tino estas frutas que se cultivan en la provincia de Almería. En muchos casos se confunden con los melones y sandías llegados de ultramar, productos que carecen del grado óptimo de maduración y que generan, en muchos casos, rechazo en el consumidor. Por ello, si no se diferencia en los lineales, y el consumidor no reconoce su procedencia, no tiene la posibilidad de

comparar ambas frutas. De esta forma, es difícil que el agricultor y el comercializador almeriense puedan lograr el objetivo que persigue con la rigurosidad en el proceso de recolección, cuidando al máximo que en su fruta se aprecie el mejor sabor.



■ Melón Galia. / FHALMERÍA

# Especial Tomate

## El cultivo de mayor peso

Las grandes productoras de semillas presentan sus novedades de cara a una campaña que se prevé importante



VI JORNADAS  
INFORMATIVAS  
**SOTRAFA**  
DEL 3 AL 11  
DE JUNIO

**De nuevo,  
tenemos mucho  
de qué hablar...**

  
**sotrafa, s.a.**

Comienza la nueva campaña agrícola y es momento de plantearse cómo obtener el mayor rendimiento de los cultivos. Con las últimas novedades de Sotrafa que se presentarán en las VI Jornadas Informativas, todos los profesionales que apuestan por una agricultura avanzada y de calidad, podrán conocer las claves para salir exitosos durante la próxima temporada.

Fechas	Lugares
3 de junio (jueves), 19:30 h.	Hotel El Edén, El Ejido
4 de junio (viernes), 19:30 h.	Restaurante Noelia, Campohermoso
7 de junio (lunes), 19:30 h.	Playa Luna, Roquetas de Mar
8 de junio (martes), 19:30 h.	Hostal La Curva, Adra
9 de junio (miércoles), 19:30 h.	Restaurante Ancla, Calahonda (Granada)
10 de junio (jueves), 19:30 h.	Restaurante Aniceto, La Cañada
11 de junio (viernes), 19:30 h.	Hotel El Edén, El Ejido

Paraje Cartabona, 12 - Tel.: 950 40 56 00 - Fax: 950 58 02 33  
04710 Santa María del Águila, El Ejido (Almería) Spain  
info@sotrafa.com - www.sotrafa.com

## ENTREVISTA

# “Trabajamos para mantener nuestra oferta todo el año”

LA COOPERATIVA ES UNA DE LAS EMPRESAS QUE COMERCIALIZA TOMATE CON EL DISTINTIVO DE CALIDAD DE LA IGP LA CAÑADA-NÍJAR

■ CIA

La cooperativa Costa de Níjar es una de las comercializadoras de tomate que cuenta entre sus distintivos con la IGP Tomate La Cañada-Níjar, un reconocimiento al producto de calidad.

**-¿Cómo ha transcurrido hasta el momento para SAT Costa de Níjar la presente campaña en tomate?**

-Irregular. A los problemas de un otoño excesivamente caluroso, que propició la entrada temprana en producción y un acortamiento del calendario productivo concentrando mucho la producción y precios anormalmente bajos, se agravó con un invierno lluvioso que repercutió negativamente en

**ESTEBAN CABALLERO**  
PRESIDENTE DE SAT COSTA DE NÍJAR

la situación sanitaria de los cultivos, la finalización de los cultivos de otoño mermaron drásticamente su calidad y los tempranos de primavera iniciaron un crecimiento ralentizado. El resultado económico para el otoño ha sido el ocasionado por la alta producción a bajo precio, siendo el caso inverso en los primeros meses de primavera con producciones escasas y precios buenos.

**-¿Cuáles son las principales variedades que comercializan?**

-Nuestra orientación productiva se dirige al tomate suelto: tomate larga vida, tomate pera y tomate canario, seguido por el tomate ramo, tomate cherry y cherry pera y por último tomate cherry ramo.

**-La Junta hace un balance muy positivo para la producción de tomate de Almería. ¿Qué le parece?**

-Considerando que los precios a

lo largo del otoño han sido irregulares, conviene matizar algunos aspectos. Los cultivos de ciclo corto con plantaciones del mes de agosto se han recolectado en noviembre-enero y han tenido un precio ruinoso, en muchas fincas no han cubierto gastos. Por otro lado, los cultivos de ciclo largo con precios más altos han sido rentables. Pero en nuestra empresa el porcentaje de cultivos de ciclo largo no llega al 10%. Por lo que considero que ha sido un año regular.

**-¿A qué mercados se dirige el tomate de SAT Costa de Níjar?**

-Los principales mercados son, por orden de importancia, España, Alemania, Francia, Polonia, Holanda, Francia, Inglaterra, países escandinavos, Suiza y Austria.

**-¿Qué proyectos de futuro a corto plazo se plantean?**



-Entre nuestros proyectos se plantea un triple posicionamiento. En producción ecológica aumentar volumen de productos ofertados y en producción convencional la penetración en mercado nacional con producto de calidad. Este mismo mes hemos iniciado la comercialización directa con Mercadona en la plataforma de Huelva-Sevilla y con grandes cadenas en otras zonas y por otro lado la exportación y recuperación del mercado francés. En ambos casos se trabaja en mantener la continuidad de nuestra oferta a lo largo del año.

**-¿Qué supone para la cooperativa pertenecer a la IGP Tomate La Cañada Níjar?**

-En primer lugar, un reconocimiento de que el tomate de nuestra zona es de mejor calidad. Y en segundo lugar, es para los integrantes de la Indicación Geográfica Protegida primordial que el consumidor final conozca la calidad del producto, las condiciones de cultivo y los esfuerzos en la implantación de técnicas de control biológico que tienen como objetivo elevar la seguridad alimentaria a límites impensables hace algunos años atrás.

S.A.T. 

**COSTA DE NÍJAR**

los colores de la naturaleza

CALIDAD CERTIFICADA

S.A.T. COSTA DE NÍJAR • Ctra. a Campohermoso, Km. 9 • San Isidro (ALMERÍA) Spain • Tel +34 950 612 700 • Fax +34 950 366 260 • [www.costanijar.com](http://www.costanijar.com)

COMPLETANDO EL CICLO

Ramo

# Delyca RZ y Ramyle RZ, la mejor opción para una plantación tardía

LOS COMPLEMENTOS IDEALES PARA RAZYMO RZ "EL REFERENTE PARA SIEMBRAS TEMPRANAS"

■ Isabel Fernández

Delyca RZ y Ramyle RZ son las dos últimas propuestas de Rijk Zwaan para obtener un tomate ramo de una excelente calidad. Manuel Hernández, especialista de Cultivo de Tomate de Rijk Zwaan, comentó que, "para los trasplantes más tardíos, de la segunda quincena de agosto a principios de septiembre, y para hacer ciclos más largos tenemos dos variedades nuevas". Delyca RZ y Ramyle RZ son esas dos nuevas variedades, cada una de ellas, indicada para obtener unos excelentes resultados.

De este modo, Hernández comentó que "Delyca RZ está diseñada para, en ciclos extralargos, conseguir una gran producción". La intención es que "cuando llegue el invierno, la planta no se pare mucho y, para ello, aporta un vigor extra". Asimismo, explicó que, al hablar de un ciclo extralargo, "estamos hablando que su ciclo va desde agosto a junio, es decir, puede tener cultivo, perfectamente, durante 10 meses".

Por su parte, Ramyle RZ es, según Hernández, "una variedad que tienen mucha rusticidad y, además, una gran calidad de piel". Asimismo, esta nueva variedad de Rijk Zwaan se caracteriza por



■ Delyca RZ injertado sobre Emperador RZ. / RZ

tener un ramo con unas partes verdes muy intensas y, además, por contar con unos sépalos muy carnosos y potentes. Por último, el especialista de Cultivo de Tomate esta casa de semillas hizo referencia al color del fruto, a su juicio, "un rojo muy intenso". De este modo, Rijk Zwaan da respuesta a todas las necesidades de los agricultores que apuestan, campaña tras campaña, por cultivos más tardíos de tomate.

Delyca RZ y Ramyle RZ son variedades muy diferentes, sin embargo, hay algo que las asemeja y es que "ambas van detrás del trasplante de Razymo RZ para

hacer ciclos largos". Además, "cuentan con las máximas resistencias habituales y ofrecen toda la calidad de fruta necesaria". Eso sí, matizó, "una es para ciclos extralargos y tiene gran producción y la otra se caracteriza por ser un ramo vistoso y por la rusticidad de su piel".

## UN 'CLÁSICO'

Pero si Delyca RZ y Ramyle RZ son, prácticamente, unos recién llegados al campo almeriense, su 'hermano mayor', Razymo RZ, "es una referencia en el campo". Así lo afirmó el especialista de

Cultivo de Tomate de Rijk Zwaan, quien indicó, además, que tras varias campañas, esta variedad de tomate rama está ya más que consolidada entre los agricultores, que apuestan por ella una y otra vez debido a los excelentes resultados que ofrece. Razymo RZ, como las otras dos variedades, es un ramo que también puede recolectarse suelto y que, a día de hoy, "está posicionado entre los trasplantes tempranos".

Esta variedad presenta una planta vigorosa de vegetación abierta, que ofrece frutos de calibre M-MM, con muy buen color y gran calidad de fruta. Asimismo, se-

"Incluso a 0 °C no he tenido ningún problema"

■ I. F. G.

Miguel Azmecua es productor de tomate en la zona de Níjar y este año se ha decantado por Ramyle RZ como variedad de cultivo. Azmecua afirmó que "todo me ha ido muy bien". Y es que, según explicó, "es una variedad excelente para la siembra tardía". Asimismo, señaló que "no he tenido ningún problema de virus", debido a las resistencias que ofrece esta variedad de Rijk Zwaan. Por último, este agricultor nijareño destacó que, a pesar de las grandes oscilaciones térmicas de esta zona, "no he tenido ningún problema, incluso a 0 °C en el interior del invernadero".

gún indicaron desde Rijk Zwaan, da lugar a ramos uniformes y a unos frutos de una excelente firmeza y, lo que es más importante aún, con una larga vida comercial.

Con estas tres variedades de tomate ramo, Rijk Zwaan ofrece respuestas para todo el ciclo productivo de esta hortaliza, desde los tiempos más tempranos a los más tardíos. Esta gama de ramos ofrece soluciones a todos los agricultores, independientemente de cuáles sean sus preferencias. Y es que Rijk Zwaan conoce a la perfección las necesidades de los productores.



Si es de Níjar  
Sabe mejor



Ayuntamiento de Níjar  
Concejalía de Agricultura y Medio Ambiente

## LIDER EN EUROPA

# CASI comercializa cada campaña más de 220 millones de kilogramos de tomate

LOS SOCIOS ACABAN DE REELEGIR COMO PRESIDENTE DE LA COOPERATIVA AGRÍCOLA SAN ISIDRO A JOSÉ MARÍA ANDÚJAR

José Esteban Ruiz

La cooperativa Agrícola San Isidro (CASI) es la principal comercializadora de tomate de Europa con una producción media que supera las 220.000 toneladas de este producto y una facturación aproximada de 153 millones de euros. La cooperativa envía casi el 75% de su producción a los mercados nacionales y el resto lo destina a la exportación. Entre sus principales dentro de su línea de exportación se encuentra consolidar su presencia en mercados emergentes. Así, en los últimos años han potenciado su presencia en eventos internacionales en busca de clientes ubicados en países de Europa del Este, además de mantener los actuales nichos de mercado en los que CASI ya cuenta con un lugar importante.

Más del 98% de la producción

que comercializa en sus instalaciones, informan desde CASI, es tomate. Variedades de larga conservación, tomate liso de gran sabor, o el tomate en ramo, así como pera, son los principales tipos de este producto que cultivan sus agricultores. No obstante, entre su oferta también destaca el tomate asurado representado por la variedad Raf. Un producto muy apreciado por su sabor que alcanza altas cotizaciones en mercados selectos y exigentes en los sabores tradicionales que recuerdan a los orígenes de la agricultura almeriense. Pero CASI ha demostrado estar a la vanguardia de la oferta de tomate almeriense. Por ello, continuamente se encuentran experimentando con variedades que den respuesta a los consumidores actuales.

Prueba de ello, es que aparte de la implantación de la lucha biológica en la mayor parte de los cultivos de socios agricultores de CASI, la cooperativa ya ha comenzado con una nueva línea de tomate ecológico que se está comercializando de forma directa con varios clientes. Aunque sólo es a título de prueba, la pasada campaña



Integrantes del consejo rector con José María Andújar, presidente de CASI. / FHALMERÍA

funcionó muy bien. El objetivo es que dentro de varias campañas sea una línea abierta en las subastas, siempre y cuando sus resultados sean interesantes.

Esta misma campaña la cooperativa ha introducido varias novedades en su línea de venta en subasta. Hasta el momento ofrecía un producto normalizado directamente desde el campo, clasificado pero sin ajustar el peso. Esto suponía, explican desde CASI, que “el cliente que vende por bulto pierda los kilos que ha pagado de más, este hecho afecta sobre todo

a las cadenas de distribución que compran por kilo para posteriormente vender por bulto de 5 ó 6 kilos”. Con ‘CASI Premium’ han conseguido la unificación de peso (6 kilogramos netos en tomate suelto y 5 Kg. netos en tomate en racimo) que “aunque para el agricultor es un esfuerzo extra, refuerza un estricto control de calidad que garantiza producto de calidad extra”. Además, el cliente ha podido contar con la garantía de un producto elaborado directamente en los almacenes del agricultor, sin pasar por una reclasificación añadida en la cooperativa.

Pero esta no es la única novedad que ha introducido la cooperativa en su funcionamiento para la presente campaña agrícola. De hecho, han llevado a cabo el control de las variedades comercializadas, criterio que hasta este momento gozaba de libertad dentro del colectivo de agricultores. “Por primera vez, la cooperativa ha seleccionado las variedades que se van a plantar, basándose en su comportamiento poscosecha, de modo que se han eliminado las variedades menos productivas y con más problemas en el ámbito comercial”, explican desde CASI. No obstante, mantienen una amplia gama en su oferta, aunque más restringida. “Nuestra idea es que en dos campañas se acote un poco más las variedades que posteriormente se comercializarán”.

## PRESIDENTE

La cooperativa, con una plantilla de más de 550 empleados y unos 1.700 socios, se constituyó en Organización de Productores de Frutas y Hortalizas en 1997, a través

de los Programas Operativos. Este mismo año, sus socios han acudido en dos ocasiones a las urnas para elegir al presidente y consejo rector de la cooperativa. Las discrepancias en la junta directiva propiciaron la anticipación de elecciones, un proceso en el que los socios decidieron que José María Andújar fuese de nuevo presidente de la cooperativa y las personas de su confianza, integrantes de la Junta directiva. Así, cinco meses después de los anteriores comicios, Andújar se pone de nuevo al frente de la cooperativa. Esta vez, el consejo rector de CASI defenderá un mismo proyecto, ya que los votantes dieron su confianza a una lista cerrada de personas, socios con unas mismas ideas en la gestión de la entidad.

Tres votos menos que el pasado 16 de enero, es decir 310, obtuvo el candidato electo, José María Andújar. Cerca estuvo, tan sólo 8 votos menos, Miguel Vargas. Lejos de ambos quedó Luis Miguel Martín con el respaldo de 199 socios. En los tres últimos lugares entre los candidatos que encabezaban las listas que configuraban el futuro consejo rector, quedaron María Gracia Melero con 69 votos; José Cabeo con 61 y Juan Cabeo con 36. Por tanto, ahora, el proyecto futuro de CASI dependerá del trabajo del equipo comandado por Andújar como presidente, José Manuel Rodríguez como vicepresidente, Ramón Sánchez que desempeñará las funciones de secretario, así como el esfuerzo en su rol de vocales de Guillermo Vargas, Juan González, Vicente Serrano, Bonifacio Nieto, José Antonio Flores, Antonio Escamilla y Manuel Rodríguez.

## “Estamos abiertos a integrarnos en la IGP La Cañada-Níjar”

El presidente de la cooperativa, José María Andújar y su equipo se han planteado como un reto más a corto plazo potenciar la marca 'CASI' en los mercados emergentes como Rusia o China, que ofrecen una oportunidad para expandir su negocio. Por otra parte, las nuevas instalaciones que tiene previsto construir la cooperativa en el paraje de Cuesta Colorá, un edificio ‘bioclimático’ que supondría una inversión de más de 160 millones de euros y la creación de unos 2.000 empleos, según los datos ofrecidos en el momento de su presentación, para Andújar no es prioritario, puesto que “para afrontar este reto con solidez y expectativas de éxito debemos salir primero de la actual crisis y superar los problemas del presente”. Así, asegura que “nuestra intención es prepararnos a conciencia para incrementar nuestra competitividad, un aspecto muy importante en estos momentos”. Sobre ello, trabajarán en “la introducción de variedades nue-



vas que conquisten parte del mercado en el que aún no contamos con una presencia consolidada”, comenta el presidente.

La dimensión de CASI llena de responsabilidad al nuevo presidente porque considera que “al contar con estas dimensiones, considero que debemos abanderar la salida de la crisis y ser un ejemplo para el resto de empresas hortofrutícolas”. Sin embargo, la concentración de la oferta de la que tanto se habla en el campo, no se encuentra entre sus prioridades.

Aunque en estos momentos el tomate de CASI no se encuentran entre los que se comercializan bajo la Indicación Geográfica Protegida La Cañada-Níjar, el presidente abre la puerta para que la cooperativa pueda pertenecer a la IGP.

LIDERES

# El Campo de Níjar es sinónimo de tomates de irresistible calidad

EN LA COMARCA DEL PONIENTE ALMERIENSE SE CULTIVAN MENOS Y SE OPTA MÁS, POR LA CLIMATOLOGÍA, POR LOS CICLOS LARGOS

Rafa Villegas

A cualquier español, e incluso europeo, que hable de tomate, sin lugar a dudas se le viene a la cabeza la provincia de Almería. No obstante, dentro de la misma, la zona que destaca por sus volúmenes de producción y por el sabor de la fruta es la Comarca de Níjar.

La climatología nijareña y, sobre todo, la salobridad de su agua, más elevada de lo normal, le confiere un sabor único a los tomates, hecho que han sabido aprovechar a la perfección los productores de la zona. Ello ha provocado que la diferencia de volúmenes producidos de tomate entre Poniente y Níjar sean más que considerables.

Por tipologías, si bien en ambas comarcas se puede cultivar cualquier tipo de tomate, lo cierto es que, por ejemplo, es más usual ver un invernadero de tomate Raf en San Isidro o Campohermoso que en las localidades de El Ejido y Roquetas de Mar.

Prueba de la importancia que tiene el tomate para los agricultores nijareños es que, por ejemplo, cuentan con una Indicación

Geográfica Protegida (IGP), que engloba a buena parte de las comercializadoras de esta fruta.

Lo cierto es que gracias a la llegada de agua desalada a la zona del Campo de Níjar, los agricultores ya cuentan con la posibilidad de diversificar más sus producciones. Y es que, hasta la presente campaña, la mayoría de ellos optaba por cultivar tomate durante el invierno y sandía de cara a la campaña de primavera.

## ELEVADA DEPENDENCIA

Una mala campaña del tomate en la zona de producción de La Cañada y Níjar provoca, como no podía ser de otra manera, pérdidas millonarias para la gran mayoría de los agricultores. Es por ello que, por ejemplo, problemas causados por plagas tan importantes como la Tuta absoluta pueden condicionar la práctica totalidad de la campaña. Y es que, el tomate condiciona mucho los resultados de toda la campaña.

Larga vida, cherry, Raf, Daniela o verde, son sólo algunos ejemplos de los tipos de tomate más cultivados y comercializados en la región nijareña y la zona de La Cañada, en la capital almeriense. En esta última, por ejemplo, es donde se encuentran ubicadas las instalaciones de la mayor comercializadora de tomate del mundo. Se



El tomate Raf es el más caro y el más solicitado en las tiendas gourmet. / FHALMERÍA

trata, como bien es sabido, de la Cooperativa Provincial Agrícola y Ganadera San Isidro, más conocida nacional e internacionalmente por sus siglas CASI y que cuenta con un importante proyecto de modernización y cambio de ubicación de sus instalaciones.

En definitiva, se puede afirmar que desde La Cañada hasta la amplia Comarca de Níjar para la gran mayoría de los agricultores el tomate es su pan de cada día. Sólo es comparable con otro producto, la sandía, que es su equivalente en los meses de primavera y verano.



La amplia variedad de tomate es una realidad. / FHALMERÍA

## TUTA absoluta

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



Defectos en la piel producidos por la Tuta.

Hasta...

...Hoy



## TRICHO control



(Trichogramma achaeae)

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

**¡SOLUCIÓN ABSOLUTA!**



# Agrobío

## PHILOSEED ESPAÑA



■ 'Candy' supera los diez grados brix lo que potencia su sabor.

## 'Naranjito' mantiene el color a lo largo de todo el ciclo productivo

LA VARIEDAD QUE OFRECE LA EMPRESA EN CHERRY RAMO, 'CANDY' YA TIENE PAREJA EN COLOR NARANJA PARA LA ACTUAL CAMPAÑA

■ José Esteban Ruiz

Una de las líneas que ofrecen al agricultor en la casa de semillas Philoseed España, filial de Philoseed Israel se centra en el tipo de tomate cherry ramo. Hasta la fecha, la única variedad que ponían en el mercado había sido 'Candy' "con un éxito fraguado gracias al particular sabor de su fruta". Ahora con la llegada de una nueva campaña potencian una particular pareja con la aparición de 'Naranjito', un producto similar con la única diferencia del color.

'Candy', su variedad de cherry ramo con la que salieron al mercado ya en la campaña anterior ofrece una fruta con un alto sabor y un contenido en azúcar que "realmente es difícil encontrar en variedad de cherry ramo", asegura el director técnico, Víctor Megías. A parte de ésta, como novedad en la presente campaña han incorporado como denomina Víctor Megías, una prima hermana de 'Candy'. Se trata de 'Naranjito', un cherry para recogida en ramo con un color naranja intenso que se mantiene durante toda la vida útil del fruto.

Sobre las características particulares de estas variedades, ex-

plica el director técnico de Philoseed España, "'Candy' ofrece una conservación bastante importante, pero sobre todo, destaca por su sabor. En algunas explotaciones la fruta ha conseguido alcanzar los diez grados brix, y superarlos en algunos casos, lo cual es un aspecto muy destacado si nos centramos en variedades de cherry ramo". Con esta tarjeta de presentación este tomate cuenta con un aval más que importante para colarse en multitud de hogares. Así, indica Megías, "esta ventaja le ha permitido entrar en unos mercados como una especialidad

por la línea de sabor y ha influido en la rentabilidad del agricultor que se ha visto incrementada, vendiéndose, principalmente, para consumo en hogar". Se está presentando, según apuntan, en bandejas que ofrecen entre diez y doce frutos, en 'flow pack'.

En cuanto a 'Naranjito', el principal objetivo es acompañar a 'Candy'. "Tiene unas características similares en cuanto a conservación y sabor, aunque llega a nueve grados brix. Su mayor ventaja es que su color no cambia, no se degrada a un rojo feo", confirma Víctor Megías.

### Presentación en sociedad de sus nuevas variedades

Philoseed España ha hecho de esta campaña, un momento especial con la presentación de sus nuevos productos a la sociedad agrícola almeriense en un acto en el que contó con la presencia de personalidades relevantes en el ámbito de la investigación de semillas como la del doctor Ehud Kopeliovich, genetista de la Universidad Hebrea de Jerusalén en Tel-Aviv e investigador de Philoseed Israel, que además está considerado como el padre del gen larga vida y de variedades de tomate tan importantes como el Daniela, el Shire o el Josefina.

Philoseed España es una empresa joven que cuenta con el saber de importantes expertos y genetistas que proceden de las más importantes empresas del sector y que ya esta pasada campaña ha empezado a poner en el mercado algunas variedades que han tenido una gran aceptación. Este año se considera como su puesta de 'largo' en el campo almeriense.

A pesar de su juventud como empresa, Philoseed ha conseguido reunir a un grupo de investigadores procedentes de empresas de prestigio.

## NO SE RAJA

## Cherry

## Piccota RZ, cherry ramo perfecto y 'a salvo' del "Virus de la Cuchara"



■ Piccota de Rijk Zwaan, muy productivo /RZ

■ I. Fernández

Piccota RZ es la propuesta de Rijk Zwaan para los agricultores que tengan pensado volver a poner tomate cherry la próxima campaña. Esta variedad no es nueva, sino que el año pasado ya era comercial, como recordó el especialista de Cultivo de Tomate de Rijk Zwaan, Manuel Hernández, quien indicó, además, que, hasta el momento, ha obtenido una buena respuesta por parte del agricultor.

Este cherry, como explicó Hernández, "es un cherry para recolección en rama, con bastante vigor y con un ramo muy uniforme". Asimismo, indicó que cuenta con "una gama alta de resistencias a las principales enfermedades y virosis". En este sentido, cabe destacar su resistencia al temido virus de la cuchara, uno de los que más afecta a este cultivo, y al tomate en general.

Por otro lado, Piccota RZ no tiene tendencia al rajado de los frutos, algo muy importante, por ejemplo, en campañas como la actual, en la que las inclemen-

cias del tiempo han provocado una merma considerable de la producción debido, precisamente, al rajado de los frutos. Asimismo, esta variedad garantiza el cuajado de la planta con facilidad.

### MOMENTO IDONEO

Con respecto al momento más idóneo para la siembra, desde la empresa lo recomiendan para cultivos tanto de otoño como de primavera. En el primero de los casos, desde Rijk Zwaan indican que el mejor momento para el trasplante es desde mediados de agosto y hasta mediados de septiembre. En el caso de cultivos de primavera, el período más apropiado para su trasplante es desde diciembre y hasta principios de marzo, tanto en invernadero como en malla.

La gama de tomates que presenta esta variedad ofrece al productor una gran rentabilidad porque su extraordinario aspecto permite la venta durante todo el proceso de la cosecha en unas condiciones de calidad muy deseadas por el mercado.

# Este producto tan especial sólo se comercializa a través de cadenas

EL TOMATE CHERRY ES UNA HORTALIZA ALEJADA DE LOS CANALES MÁS TRADICIONALES DE VENTA Y, ADEMÁS, CASI TODO SE EXPORTA

Isabel Fernández

El tomate cherry es, si cabe, uno de los tomates más especiales de la provincia. Su color rojo intenso y su reducido tamaño, apenas entre uno y tres centímetros, lo convierten en un producto muy particular y que, desde luego, no deja indiferente a nadie. Asimismo, su sabor, muy dulce, lo hace muy apetecible y, por si fuera poco, este pequeño placer puede disfrutarse durante todo el año. Y es que el cherry se cultiva durante los 12 meses.

Su particularidad hace de él un tomate que, incluso, no se comercializa en el mercado más tradicional, sino que, por norma general, se suele encontrar en las grandes cadenas de distribución. Este tipo de tomate se vende ya envasado, algo que facilita su transporte y que le permite, por ejemplo, alcanzar mercados más lejanos. En este sentido, y como ocurre con otras muchas de las hortalizas de Almería, el tomate cherry tiene en Alemania, el Reino Unido y Holanda sus principales clientes.

En estos lugares, su consumo está mucho más extendido que, por ejemplo, en el mercado nacional. De este modo, en España, si bien también se encuentra en



■ Alemanes o británicos son algunos de sus principales consumidores. / FHALMERÍA

las grandes cadenas de distribución, lo cierto es que se utiliza, a la hora de cocinar, en platos, sobre todo, de alta cocina. Su tamaño y color, así como su aroma característico, lo convierten en un tipo de tomate muy adecuado para una bonita decoración y, además, como un fiel acompañante para muchos platos.

## COMPETENCIA

Por otro lado, y pese a la gran competencia que supone Marruecos para este producto, campaña tras campaña, sigue siendo una referencia para muchos agricultores, que ven en él la mejor forma de rentabilizar sus plantaciones. La

calidad del producto almeriense es sin igual. Y es que también este tomate se produce con la ayuda de fauna auxiliar. Así, frente al empuje del tomate marroquí, el cherry almeriense sigue manteniéndose y, claro está, deleitando los paladares más exigentes.

Su manejo no es fácil y, de hecho, es mucha la mano de obra que necesita. Sin embargo, el resultado es un producto de excelente calidad y muy cotizado en los principales mercados de la Unión Europea (UE).

Con respecto a las zonas de producción, está más extendido en el Levante provincial, sobre todo, en el municipio de Níjar. Allí ha logrado aclimatarse a la perfección

y, para algunas cooperativas, es su principal producto. Éste es el caso, por ejemplo, de Coprohñjar S.A.T.

El tomate cherry, asimismo, ha sabido evolucionar y, junto al considerado tradicional, el más redondeado -el que, como su propio nombre indica, tiene verdadera forma de cereza-, han aparecido otros tipos que suponen, si cabe, un paso más allá en este fruto. De este modo, hay quien, en lugar de un cherry redondeado, prefiere uno más ovalado o tipo pera. Asimismo, este tomate se puede comercializar suelto o en ramo. Eso, como no podía ser de otra manera, a gusto del consumidor.

Así pues, la provincia almeriense ofrece tomates para todos los gustos. Entre ellos, el cherry ocupa un lugar destacado. Y es que, para muchos, es una hortaliza reservada sólo para grandes ocasiones y, por tanto, de un carácter especial. El tomate cherry sigue siendo uno de los preferidos por los agricultores, a pesar de su más atareado manejo. Sin embargo, el resultado, como muchos reconocen, merece la pena.

## UN POCO DE HISTORIA

### De la costa granadina a la zona de Níjar

El tomate cherry, tan implantado a día de hoy en la provincia, es un producto originario de la costa granadina. Allí tuvo sus orígenes, sin embargo, con el paso de los años, acabó recalando en Almería y, para ser más exactos, en Níjar. En esta zona fue, en un primer momento, donde los agricultores se dieron cuenta de las

posibilidades que presentaba este producto y, poco a poco, aprendieron a manejarlo.

A día de hoy, su cultivo está muy extendido en la zona y sus productores son ya expertos profesionales en su manejo. A pesar de su apariencia tan sensible, el cherry es un tomate duro. Tanto como para aguantar las altas temperaturas del día y el frío de la noche en Níjar. A esta zona de la provincia llegó y aquí parece que se quedará. Y es que sus agricultores están encantados con tenerlo en su invernadero.

# Beaufort, Maxifort y Multifort

## la raíz del éxito

**DE RUITER SEMILLAS**  
SEMILLAS HÍBRIDAS

MONSANTO



## MEJORANDO DÍA A DÍA

# Un sistema de calidad que facilita al tomate de Almería su entrada en nuevos mercados

SMARTFRESH PERMITE MANTENER EL FRUTO VERDE Y FIRME MÁS TIEMPO, REDUCIENDO EL STRESS VINCULADO A SU COMERCIALIZACIÓN

Isabel Fernández

El Sistema de Calidad SmartFresh para tomate es una herramienta que permite mantener los tomates verdes y firmes durante más tiempo, reduciendo, de este modo, el stress asociado a su comercialización. Y es que el tomate es una hortaliza de alta sensibilidad, aunque también de un alto valor. Por ello, este innovador sistema de calidad logra mantener el color verde durante más tiempo, incluso si el fruto se recolecta en los períodos más calurosos. De hecho, según los muchos estudios y ensayos llevados a cabo desde la empresa, tras casi dos semanas de vida comercial, un buen porcentaje de los tomates con calidad SmartFresh mantiene el color verde en un estado aún de viraje, mientras que otros frutos sin esta tecnología han alcanzado ya un coloración mucho más roja.

Esto, entre otras muchas cosas, facilita la comercialización de los productos, permitiendo a productores y exportadores orientar sus ventas a nuevos mercados. Y es que una mayor vida comercial del tomate facilita su llegada a mercados más lejanos, así como su adecuado estado de conservación una vez ya en los lineales de sus supermercados. De este modo, el Sistema de Ca-

lidad SmartFresh supone una interesante oportunidad para hacer del tomate almeriense un producto, si cabe, aún mucho más internacional.

En este sentido, este sistema de calidad mantiene un alto nivel de firmeza y calidad del fruto recién recolectado durante el transporte y hasta llegar el consumidor. Este mayor tiempo de conservación, en ningún caso, está reñido con el sabor del tomate, sino todo lo contrario. SmartFresh conserva el mejor sabor de los frutos. El resultado es que productores y exportadores pueden satisfacer a sus clientes, puesto que entregan un producto de alta calidad que ayuda a dar respuesta a las más recientes tendencias del mercado, aumentando, claro está, el interés de los consumidores.

## RENTABILIDAD

El Sistema de Calidad SmartFresh ofrece, por tanto, la posibilidad de ampliar de manera significativa el período de comercialización del tomate, garantizando tanto al productor como al exportador el retorno de la inversión, ya que cuenta con un producto fresco de alto valor. De este modo, la rentabilidad de la inversión es prácticamente visible a través de un período de comercialización prolongado y, además, de una vida útil sensiblemente mejorada.

Asimismo, y si bien es cierto que la utilización de este sistema de calidad, que se puede integrar en el sistema de gestión de la calidad ya existente, per-



El Sistema de Calidad SmartFresh mantiene el color verde del tomate más tiempo. / FHALMERÍA

mite ampliar mercados tanto a productores como a exportadores, eso no significa que el mercado nacional sea un mercado marginal para el tomate, sino todo lo contrario.

En este sentido, desde la empresa afirman que el Sistema de Calidad SmartFresh ofrece flexibilidad en la comercialización para los mercados nacional y de exportación. Y es que disminuye el stress durante la recolec-



La exportación es ahora más fácil. / FHALMERÍA

## Incluso el tomate Raf puede ser aún más internacional

Uno de los ensayos pre-comerciales llevados a cabo por el Sistema de Calidad SmartFresh en España en el año 2008 ponía de manifiesto que era posible mantener el color verde y la firmeza del tomate Raf Delicia. Después de 13 días a temperatura ambiente, según explicaron, la tecnología SmartFresh conseguía una calidad constante al mantener de una manera clara y homogénea el color verde en

los estados de inicio de viraje (estado 2 de maduración del tomate) y viraje (estado 3).

En este sentido, un tomate Raf Delicia, tras la aplicación de SmartFresh en el estado 3, consigue mantenerse perfectamente durante trece días. En este caso, los tomates estuvieron almacenados un día a 8 °C, un segundo día a 6 °C y, finalmente, trece días de vida comercial a temperatura ambiente.

Asimismo, un segundo ensayo, ahora con la aplicación de SmartFresh efectuada en el estado 2, también obtuvo excelentes resultados. Así, tomates almacenados un día a 8 °C, seguidos de 13 días de vida comercial a temperatura ambiente, llegaron a su punto de venta en un estado excelente para su comercialización.

Por todo ello, SmartFresh da la posibilidad de abrir nuevos mercados para el tomate verde, pero no sólo para el más típico de ensalada, sino para tomates más tradicionales y, si cabe, mucho más delicados que cualquier otro, como es el caso del Raf.

ción, la conservación, el almacenamiento y el transporte de los frutos.

Por todo ello, el Sistema de Calidad SmartFresh abre la puerta a una mayor internacionalización del tomate no sólo de Almería, sino de cualquier parte del mundo. Las dificultades para mantener este producto en un estado óptimo para su consumo han sido muchos durante mucho tiempo. Un largo viaje a través, por ejemplo, del Viejo Continente, podía ser 'letal' para esta hortaliza tan delicada no sólo

desde el punto de vista de la conservación exterior, sino también interior. La llegada al mercado de tecnologías como el Sistema de Calidad SmartFresh está contribuyendo a desterrar la idea de que el tomate es un producto de difícil comercialización, en general, pero más difícil aún en el caso de tipos o variedades tradicionales, como podría ser el tomate Raf.

La puerta de nuevos mercados de destino parece abrirse en el horizonte gracias a este novedoso sistema de calidad.

# Los cherrys destacan por tener más grados Brix y producirse todo el año

LA MAYOR PARTE DE LA PRODUCCIÓN SE ENVÍA AL EXTRANJERO, MUY ESPECIALMENTE A FRANCIA, ALEMANIA, HOLANDA Y REINO UNIDO

Rafa Villegas

La diferencia fundamental que encuentran los consumidores de tomates cherry con respecto al resto de tipos de esta fruta es, aparte de su pequeño tamaño, su sabor. Y es que, este tipo de tomates se caracterizan por contar con un mayor número de grados Brix que el resto.

Además, como ha explicado el gerente y presidente de Coprohñjar, Antonio García Padilla, "cuanto más le da el sol a un tomate cherry mayor será su sabor".

Cabe destacar que la cooperativa Coprohñjar es la mayor exportadora de este tipo

de tomate de toda la provincia de Almería y ocupa la segunda posición, en el ámbito nacional, tras la cooperativa La Palma de la localidad costera granadina de Carchuna.

Si bien el tomate cherry hace no muchos años era uno de los grandes desconocidos para los consumidores, no sólo españoles sino también de diferentes países del Viejo Continente europeo, lo cierto es que cada vez es más demandado. No obstante, como ha explicado García Padilla, "son los mercados de destino internacionales los que más lo demandan".

Entre los países que cuentan con más consumidores de tomate cherry se encuentran, sin lugar a dudas, la vecina Francia, los Países Bajos, el Reino Unido, así como Alemania. También se reciben órdenes de partidas para el resto de países de la Unión Europea y,



Tomate cherry en un espacio expositor en Fruit Logistica 2010, en Berlín. / FHALMERÍA

cada vez más, como ha ressaltado García Padilla, "también de países de la Europa del Este".

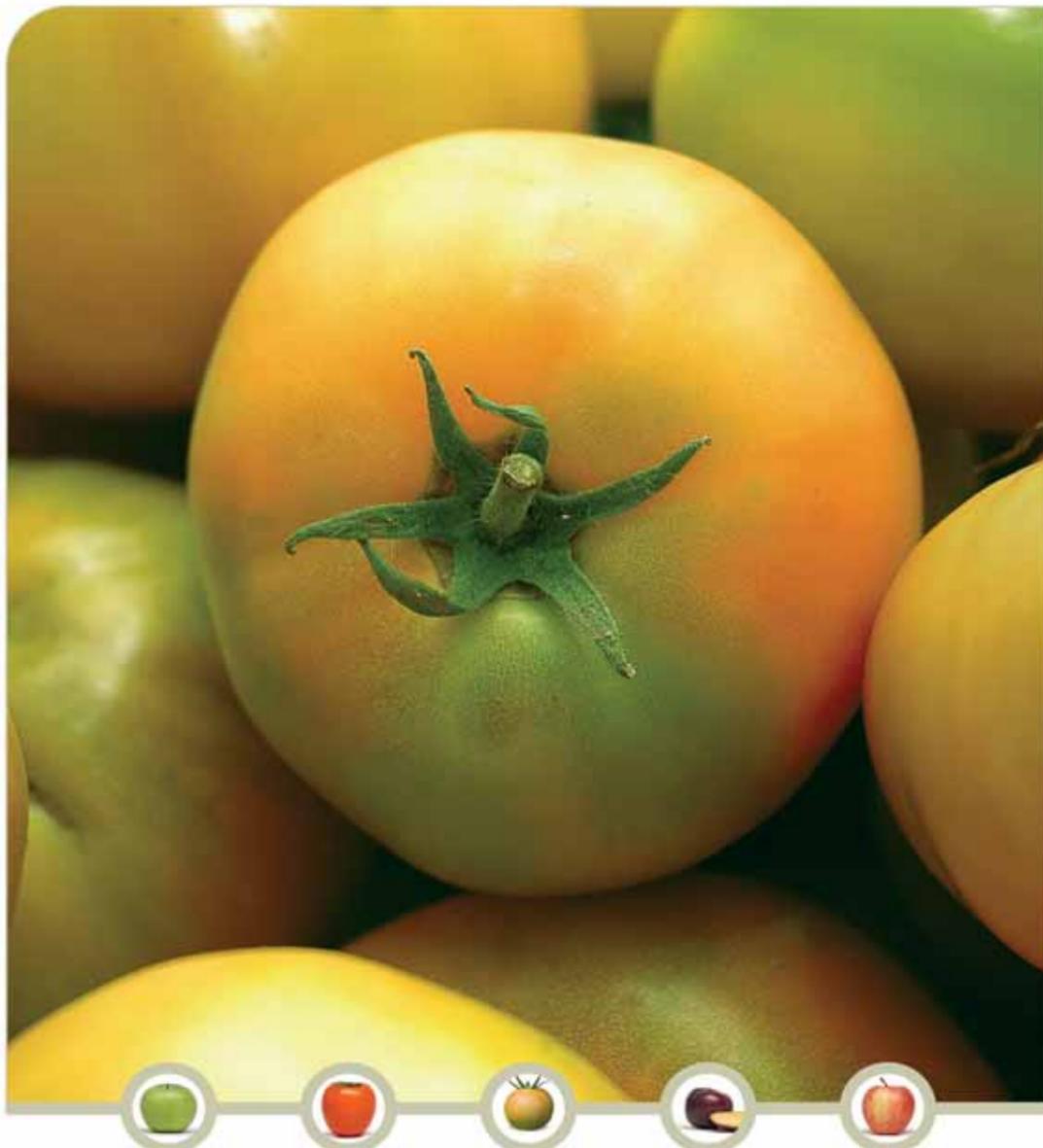
## 365 DÍAS AL AÑO

Por otra parte, además de su sabor, una de las bazas con la que cuentan los consumidores de tomate cherry procedente de la provincia de Almería es, sin lugar a dudas, que desde la misma se envía este producto durante los 12 meses del año.

Bien es cierto, no obstante, que los productores y comercializadores de este tipo de tomate tienen que lidiar, como le ocurre también a los productores del resto de productos hortofrutícolas, con la competencia.

En el caso específico de estos 'mini tomates', los países que suponen una mayor amenaza en el mercado son el vecino Reino de Marruecos, así como Senegal.

Los productores de tomate cherry esperan lograr mantener la fidelidad de sus principales clientes apostando, como siempre, por una calidad más que excelente.



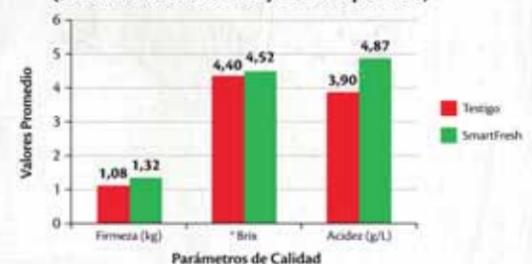
## Consiga un sabroso tomate verde con el Sistema de Calidad SmartFresh™

Gracias a la tecnología SmartFresh, ahora puede Ud:

- Mantener el color durante más tiempo, incluso si se recolecta en los periodos más calurosos.
- Mantener un alto nivel de firmeza y de calidad de la fruta recién recolectada durante el transporte y hasta el consumidor final.
- Proporcionar a sus clientes mucho más vida útil en comparación con los tomates clásicos.

Para obtener más información sobre SmartFresh, por favor contacte con su representante AgroFresh en 034 96 132 34 15 o envíe un correo electrónico a: [admon@tecnidex.es](mailto:admon@tecnidex.es).

Calidad interna 13 días después de la aplicación de SmartFresh (9 modalidades de tomate y distintos procesos)



Fuente: Ensayos pre-comerciales - AgroFresh - 2008-2009 - España



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

## UN AÑO COMPLICADO

## “A pesar de las dificultades derivadas del clima, esperamos alcanzar las 24.000 tm. de tomate”

■ Isabel Fernández

Los inicios de la campaña agrícola 2009/2010 no fueron especialmente halagüeños para los agricultores de la provincia. Sin embargo, las comercializadoras, entre ellas Hortamar S.C.A., han logrado salvar las malas cifras y, si nada más falla, en el caso de esta cooperativa, prevén alcanzar, sólo de tomate, unas 24.000 toneladas de producción. Una cifra que, según su presidente, Miguel Moreno, se destina a mercados tan importantes como el alemán, el francés, e incluso, a los países nórdicos, aunque, en el caso de estos últimos, en menor medida que a los anteriores.

**-La actual ha sido una campaña complicada. Aún así, ¿qué tal ha ido todo para Hortamar en lo que llevamos de año agrícola?**

-La verdad es que tuvimos un principio de campaña bastante malo, casi desastroso. Septiembre, octubre y noviembre fueron meses muy malos, pero, a partir



**MIGUEL MORENO**  
PRESIDENTE HORTAMAR

**otoño-invierno. ¿Cuentan también con producciones de ciclo corto en estas fechas?**

-Hemos tenido algo, aunque no mucho. En cualquier caso, ya queda poco tomate, es más, yo diría que al 90% de nuestros agricultores les quedan apenas 20 días de producción.

**-A pesar de las dificultades, ¿qué volumen de producción prevén alcanzar esta campaña?**

-Contando con todas las variedades, rondaremos las 24.000 toneladas, aunque aún nos queda algo por recolectar y que, evidentemente, no hemos podido cuantificar.

**-De todos los tipos de tomate que producen, ¿hay alguna variedad que destaque sobre las demás?**

-No podría afirmar que hay un tipo de tomate que destaque sobre los demás. Hacemos tomate en rama, suelto, pera y algo de tomate gordo. Este último, sobre todo, en pri-

de diciembre, los resultados fueron mejores. Aún así, en esta época teníamos el handicap de que faltaba producción debido a las lluvias y aparecieron algunos problemas de virosis. El resto de la campaña no ha ido mal. Lo que ocurre es que haciendo la media de todos los kilos, la cifra no es muy positiva, ya que tuvimos tres

meses que fueron un verdadero desastre.

**-Teniendo en cuenta la merma de producción, ¿tuvieron algún problema para abastecer a sus clientes?**

-En ningún momento. La verdad es que, en este sentido, ha ido todo bastante bien.

**-Ha hablado de la campaña de**

mavera. Del resto de tipos, por destacar alguno, debo decir que lo que más hacemos es Pitenza suelto.

**-¿Todo el tomate que producen y comercializan se destina a los mercados exteriores?**

-La gran mayoría sí. Fundamentalmente, exportamos a Alemania y Francia, aunque también enviamos algo a los países escandinavos o el Reino Unido, pero en menor medida.

**-Las últimas campañas, por un motivo u otro, no han sido especialmente buenas para el tomate de la provincia. En cualquier caso, ¿considera que ésta ha sido mejor que las anteriores?**

-Las lluvias del pasado invierno nos afectaron a todos por igual, no sólo a Almería, sino también a nuestros competidores, en este caso, a Marruecos. Cuando comenzó la campaña, en septiembre, aproximadamente, tuvimos una sobreproducción importante tanto aquí como fuera. Teniendo esto en cuenta, los precios en estas fechas fueron ruinosos, entre 0'15 y 0'20 euros. A partir de diciembre, con los kilos que se llevaron los lluvias, la situación de precios mejoró. La lástima es que esto fuese a costa de una merma de producción.

## ANECOOP

## La complementariedad de sus producciones permite abastecer a más clientes más tiempo

LA EMPRESA CUENTA CON CULTIVOS EN DIFERENTES ZONAS, AMPLIANDO, DE ESTE MODO, SU CALENDARIO Y SUS CANTIDADES

■ I. F. G.

La cooperativa de segundo grado Anecoop considera el tomate un producto estratégico dentro de su amplia gama de hortalizas, no sólo por el volumen que pueda representar dentro del total de sus producciones, sino, sobre todo, por el interés que esta hortaliza despierta en los consumidores y, además, por su importante consumo a nivel mundial. Tanto es así que sus socios productores están repartidos por diferentes zonas productivas, complementándose unos a otros y permitiendo, de este modo, ampliar el calendario de la empresa, su gama de productos y, claro está, las cantidades que puede ofertar a los distintos clientes repartidos por todo el mundo.



■ En Anecoop consideran fundamental innovar para, así, aumentar la renta de sus socios. / FHALMERÍA

Entre esos socios productores se encuentran cooperativas de la talla de Coprohñijar S.C.A. y Hortamar S.C.A. Ambas, con sus correspondientes producciones, contribuyen a hacer más atractiva la

muy diversificada oferta de Anecoop.

Asimismo, cuando se habla de tomate hay que tener en cuenta la segmentación que ésta ha experimentado en los últimos años. Este

producto ha sido capaz de adaptarse a las diferentes formas de consumo, a los nuevos gustos del consumidor y, para ello, junto al 'tradicional' tomate de ensalada, los tomates snacks o los tomates

enriquecidos están comenzando a copar los mercados. Así, a día de hoy, existen tomates de todos los tipos, formas y colores.

Sin embargo, para poder segmentar el producto, para responder a la demanda nueva y continua de los consumidores, la innovación en el seno de la empresa ha de jugar un papel fundamental y, en el caso de Anecoop, no podía ser de otra manera.

### CONSTANTE INNOVACIÓN

Conscientes de la segmentación del mercado del tomate y de la necesidad de innovar, en Anecoop no paran de experimentar en sus campos de ensayo, buscando un producto con unas características diferentes que aporten un valor diferencial y permitan abrir nuevos nichos de mercado. De este modo, Anecoop persigue, en última instancia, que sus cooperativas productoras y, con ellas, sus socios, logren aumentar su rentabilidad.

PIONEROS

# “Apostamos por la lucha integrada cuando nadie quería saber nada”

Isabel Fernández

**-Coprohíjar destaca, sobre todo, por su producción de cherry. ¿Cómo ha ido la campaña para este tipo de tomate?**

-Efectivamente, nosotros nos dedicamos, fundamentalmente, al tomate cherry, que es el que mejor se adapta a las condiciones climáticas de la zona en la que nos ubicamos, en Níjar. Este tipo de tomate soporta mejor la humedad y el frío, algo que nos ha venido muy bien este año.

**-¿A qué se debe esta firme apuesta por el tomate cherry?**

-Nosotros lo ponemos porque es un producto con más sabor que el tomate tradicional. Además, se adapta mejor al frío, pasa mejor el invierno y, en los ciclos largos, lo podemos mantener mejor que otros tomates. Nosotros hacemos, cada campaña, unas 16.000 toneladas de cherry, que producimos durante todo el año, es decir, tenemos este tipo de tomate los 12 meses del año y tenemos una cuota de mercado muy importante.

**-Teniendo en cuenta las dificultades de esta campaña, ¿teme un descenso considerable de la producción?**

-Normalmente, hacemos unas 16.000 toneladas de cherry. Este año, en principio, no sé si alcanzaremos esa cifra. Ahora tenemos cultivos de primavera que van muy bien, que están dando una buena producción y, al final, creo que podríamos llegar a esas 16.000 toneladas. Hemos tenido variedades de tomate que han aguantado mejor la virosis y, aunque las lluvias han hecho daño, los virus nos han hecho mucho menos. Por ello, considero que, al final, la producción podría ser prácticamente la misma que en otras campañas. En total, de tomate, hacemos unas 25.000 toneladas.

**-La suya es una de las cooperativas tomateras más reconocidas del sector. ¿Cuál considera que es el secreto para ser un referente?**

**ANTONIO GARCÍA PADILLA  
PRESIDENTE COPROHÍJAR**

-Nosotros estamos en una zona fría, una zona que es dura y donde la oscilación térmica durante el día es bastante grande. Esto hace que el invierno sea muy duro para los cultivos. Sin embargo, la parte positiva es que aquí se producen tomates de mucha calidad porque, en primer lugar, tarda en hacerse más que en otras zonas y, en segundo lugar, porque salen muy bien de grados Brix. Además, teniendo en cuenta que el agua de aquí es bastante salina, esto le da al tomate unas características especiales. Crece un tomate muy bueno y con mucho sabor.

**-Además, fueron pioneros en la puesta en marcha de métodos de control integrado de plagas...**

-Desde luego, no se puede olvidar que siempre hemos hecho producción integrada y, con ella, hemos buscado un valor añadido para nuestros tomates. Cuando nadie en Almería quería saber nada de la producción integrada, Coprohíjar



sacó todos los reglamentos adelante y, cuando llegaron los problemas de verdad, afortunadamente, todo estaba resuelto porque alguien había creído en ello.

**-Marruecos es el mayor competidor de Almería en tomate. ¿Con qué armas cuenta la provincia para contrarrestarlo?**

-Marruecos, como casi todos los países terceros, tiene unos costes de producción que nada tienen que ver con los nuestros. Coincidimos muy de lleno hasta enero, en tomate, con Marruecos. Queremos mantener el poder adquisitivo no sólo en España, sino también en Europa, pero no queremos garantizar la viabilidad de las produc-

ciones, puesto que no se garantizan unos aranceles que compensen la diferencia de costes. Al final, y poco a poco, terminaremos con muchos agricultores.

**-A la hora de comercializar su producto, el hacerlo a través de una empresa como Anecoop, ¿les facilita el trabajo?**

-Desde luego que sí. Este modelo de concentración, además de permitirnos ofrecer un mejor servicio, también nos otorga una mayor rentabilidad. Además, nos ayuda mucho a mantener los mercados.

**-¿Confía en que la próxima campaña sea mejor que ésta?**

-Siempre confiamos en que la siguiente será mejor.

**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.

**BOUQUET naturane**

**ANECOOP think natural**  
www.anecoop.com

Anecoop, S. Coop., Montforte 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

## EL MÁS EXPORTADO



■ Esta hortaliza es, junto con pimiento y pepino, la más comercializada en el exterior por las empresas almerienses. / FHALMERÍA

## Más de 418.000 tm. vendidas en 2008/2009

Si el tomate almeriense fue el producto más exportado por Andalucía en los tres primeros meses del año, también fue una de las hortalizas más comercializadas por la provincia durante la pasada campaña agrícola 2008/2009. Según las cifras del 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2008/2009', elaborado por la Fundación Cajamar, la provincia exportó durante ese año agrícola 418.597 toneladas.

Este volumen exportado alcanzó un valor global superior a los 392 millones de euros, convirtiéndose, de este modo, el tomate en el segundo producto que más beneficios reportó a las comercializadoras de la provincia, sólo por detrás del pimiento.

# El tomate almeriense es el producto que más suma a la balanza agroalimentaria andaluza

ESTE PRODUCTO FUE EL MÁS EXPORTADO EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO, CON MÁS DE 204.500 TONELADAS Y CASI 243 MILLONES

■ Isabel Fernández

El tomate, en general, y el almeriense, en particular, es el producto que más valor aporta a la balanza agroalimentaria andaluza. Sin ir más lejos, según las últimas cifras del Instituto de Comercio Exterior (ICEX) y de la Junta de Andalucía, las exportaciones de esta hortaliza desde enero a marzo de este año, sumaron 204.514 toneladas que, en los diferentes mercados de destino, alcanzaron un valor total de casi 243 millones de euros.

Estas cifras convierten a Andalucía en una de las mayores exportadoras de esta hortaliza y, dentro de la Comunidad Autónoma, Almería es la provincia que más producto aporta a esa cifra. Y es que el tomate almeriense es demandado por, prácticamente, to-



■ Los tomates larga vida son los más demandados. / FHALMERÍA

dos los grandes mercados europeos. Desde Alemania hasta los países nórdicos consumen, en mayor o menor medida, producto llegado desde Almería.

En este sentido, y según las mismas cifras del ICEX y la Administración andaluza, los principales destinos de las exportaciones fueron durante los tres primeros meses del año los países miembros de la Unión Europea (UE) y, entre ellos, Alemania volvió a ser el principal cliente de Andalucía. De este modo, la mayor parte del tomate que se cultiva en Almería acaba en los lineales de los supermercados germanos, pero no sólo allí. Francia o el Reino Unido son otros dos grandes clientes de las producciones de la provincia.

Y es que Almería es, además, la provincia más exportadora de las ocho andaluzas, junto con Sevilla. Entre ambas concentran el 62% del valor total de las ventas andaluzas al exterior, así como el 64% de su volumen.

## EL MÁS DEMANDADO

Entre todos los tipos de tomate que Almería produce y comercializa, el larga vida, tanto en ramo como suelto, es el más demandado por los diferentes mercados de destino comunitarios. Y es que este tomate, a diferencia de algunas especialidades -más delicadas no sólo durante su cultivo, sino también durante la comercialización- tiene una mayor vida útil. De este modo, y frente a otros tipos, el larga vida tiene una duración de entre 8 y 10 días. En este tiempo, su estado de conservación es fenomenal y esto lo convierte en el producto más apto para viajar a las grandes plazas europeas.

Tal es su vida útil que, por ejemplo, este producto puede llegar en perfecto estado de conservación

a países tan lejanos como Rusia o cualquier otro destino del Este del Viejo Continente.

A pesar de las dificultades de las últimas campañas, sobre todo a raíz de la aparición de la Tuta absoluta o polilla del tomate en el campo almeriense, el tomate ha sabido reinventarse y subsistir. De control químico a control integrado y, además, con soluciones para la Tuta absoluta, hoy por hoy, una de las plagas más temidas por los agricultores. Su importancia para Almería es tal que, de hecho, es el producto al que más superficie se le sigue dedicando.

La mayor parte de estas hectáreas se encuentra en el término municipal de Níjar, la localidad tomatera por excelencia. Allí se cultivan y desde allí se comercializan todo tipo de tomates, desde ensalada hasta cherry o tomate Raf, uno de los productos emblema de la provincia. El tomate de Almería es un producto reconocido a nivel mundial. Y es que la provincia ha sabido ganarse el respeto y la confianza de los clientes más exigentes.

## MÁS CONSERVACIÓN

## Larga vida

## CAMPAÑA ACTUAL

# Anemon se presenta como un larga vida resistente al virus de la cuchara

EL TOMATE DE LA CASA DE SEMILLAS NUNHEMS CONJUGA LA LARGA CONSERVACIÓN DEL PRODUCTO CON LA ALTA CALIDAD DEL FRUTO

■ Elena Sánchez

El virus de la cuchara es uno de los más comunes en la producción de tomate en la provincia de Almería. Sin embargo, existen nuevas variedades que están logrando tener una alta resistencia a este virus, al igual que a nematodos y fusarium, entre otros. Se trata de Anemon, un larga vida que presenta la casa de semillas Nunhems y que se emplea tanto para ciclos cortos como largos, conjugando la larga conservación del producto con la alta calidad del fruto. En este sentido, Jorge Marín, responsable de tomate de la entidad, ha comentado que “hemos pretendido con este producto que tenga mejores calidades or-



■ La producción de Anemon está aumentando poco a poco en la provincia almeriense. / NUNHEMS

ganolépticas y mejoras en el proceso de producción con respecto a las temperaturas bajas que se dan en invierno”. Con ello, ha continuado Marín, “lo que pretendemos potenciar es que se puede conseguir una variedad larga vida obteniendo una gran uniformidad

de producción con frutos que prácticamente no tienen deformación en los ciclos de invierno y la calidad es muy alta durante todo el ciclo, principalmente por la coloración del fruto”.

Asimismo, Marín ha afirmado que Anemon es “el típico produc-

to para exportación, pero mejorando la calidad del fruto y dándole más confianza al agricultor a la hora de su cultivo. De hecho, a nivel de venta se está notando la diferencia de precio de Anemon con otras variedades larga vida de tomate”.

Los precios del tomate ensalada rondan los 80 céntimos el kilo

■ E. S. G

La campaña de primavera está en pleno apogeo y uno de los productos más demandados en estos momentos es el tomate ensalada o larga vida. En este sentido, las subastas principales de la provincia almeriense están fijando el precio en unos 80 céntimos de euro el kilo, un precio que está bien, aunque se prevé que siga en aumento conforme se van acercando los primeros días del mes de junio cuando los mercados europeos están en plena demanda de producto de la provincia.

Esta variedad de tomate es de las más solicitadas por los mercados y consumidores ya que, por su características, cuenta con un amplio abanico de posibilidades a la hora de cocinar, tanto en crudo como asado. En lo que respecta al género, la mayor parte de la producción está ya en las comercializadoras.

## Con el Campo no se Juega



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



con las buenas prácticas agrícolas

# La investigación apunta a ofrecer larga vida a todas las variedades de tomate del mercado

LA CONSERVACIÓN DEL PRODUCTO ES UNA DE LAS PRIORIDADES DE LAS EMPRESAS A LA HORA DE CERRAR ACUERDOS

■ José Esteban Ruiz

El tomate 'larga vida' es un ejemplo para el resto de tipos que se diferencian a la hora de investigar en nuevas variedades que ofrezcan mayor conservación en su fase de postosecha.

Las casas de semillas intensifican su labor para conseguir en todos los tipos de tomate variedades que favorezcan la comercialización a larga distancia. De esta forma para las comercializadoras de la provincia se abrirían nuevos mercados. La vida del tomate, claro está que es limitada, y esta, a su vez limita las alternativas de negocio que cualquier comercializadora alberga. En los últimos años se han llevado diferentes proyectos dirigidos a conseguir mayor conservación en tomate verde, cherry o ramo, así como en tomate Raf, fruto de ellos se han puesto en el mercado numerosas variedades de asurcado catalogadas como híbridas. Con la llegada del producto a Francia, los comercializadores se propusieron alcanzar nuevos mercados. Se han lanzado con cautela a la conquista del mercado europeo con un tomate de unas características únicas. Este tomate sólo se cultiva en Almería. Por sus específicas cualidades, carece de larga conservación una vez se recolecta. Por este motivo, el mayor volumen se destina al mercado nacional, principalmente a través de canales en los que se garantiza que el consumo del mismo no se alarga. En Europa, sobre todo en los países Mediterráneos como España, Italia o el sur de Francia, los consumidores demandan tomates asurcados y verdes, aunque en los últimos años, los lisos están experimentando un aumento de las ventas en esta zona. No obstante, este tipo de tomate donde más se demanda es en países del centro y norte de Europa.

El sistema de producción hortícola de Almería es uno de los



■ Es la hortaliza a la que mayor superficie de cultivo se dedica en tierras almerienses. / FHALMERÍA

más productivos que existen en la actualidad sin la aplicación de sistemas de calefacción que generan un notable incremento de la producción. En este contexto, se proporciona el enorme desarrollo de este sistema de cultivo, se plantean nuevos objetivos que permitan solventar la problemática de la producción actual. Con esta referencia, las empresas dedicadas a la investigación de variedades toman como punto de partida para conseguir nuevas semillas a los invernaderos de la provincia. Un germen para la investigación y el desarrollo, del cuál, sin duda se beneficia, en primer lugar, el sector hortícola de Almería. En estos momentos, los tomates más demandados por el mercado se cultivan bajo el plástico de los invernaderos de la provincia. Se están consiguiendo frutas con un sabor auténtico, apreciadas por su calidad.

El destino que se le imponga al producto, bien sea destinado al fresco o a la industria transformadora influye en la configuración de una u otra variedad. Dependiendo del país y el uso al que se destina, así como de otros factores, las preferencias por un tipo determi-



■ Los ensayos se suceden en los invernaderos locales. / FHALMERÍA

nado de tomate varían. En este sentido, las características más apreciadas para el tomate consumido en fresco son el color, el sabor y una gran versatilidad del producto, características que presenta el producto almeriense.

## MERCADOS

El viaje que debe soportar la hortaliza es un factor limitante

en la producción y comercialización de tomate. Las exigencias del mercado marcan la pauta a la hora de cerrar negocios. Un ejemplo de estas limitaciones se presenta en el mercado de Estados Unidos y Canadá. En los últimos años las exportaciones almerienses a estos mercados se ha visto reducida por el incremento de requisitos establecidos. La conquista del mercado de Europa del Este por el

sector hortofrutícola de Almería se ha convertido en una de sus prioridades. Además de la duración de los envíos que reduce las posibilidades de comercializar variedades que no cuenten con la adecuada conservación, la crisis económica ha puesto freno, por ahora, a un progresivo aumento de las exportaciones de tomate a los países del Centro y Este de Europa.

# La experiencia de Cristalplant avala la calidad de sus injertos de tomate

EL SEMILLERO UTILIZA UN CEPELLÓN MÁS AMPLIO PARA FACILITAR QUE LA PLANTA TENGA MAYOR LUMINOSIDAD Y ALCANCE MÁS GROSOR

■ José Esteban Ruiz

Cristalplant acumula una larga trayectoria trabajando en el injerto de tomate. Su dilatada experiencia avala su buen hacer. Cada año, apunta el delegado de la zona de Níjar, José María Teixeira, “estamos produciendo varios millones de injertos”. Esta especialización certifica ampliamente la calidad del injerto de Cristalplant.

Presentan sus injertos en un cepellón más grande de lo comúnmente comercializado. “Esto facilita que la planta obtenga una mayor luminosidad mejorando la fotosíntesis y consiguiendo a su vez que la planta sea más compacta, alcance un mayor grosor y un alto volumen radicular”, ex-



■ Cristalplant produce cada años varios millones de injertos.

plica David Sánchez, responsable de producción de la zona de Níjar.

Uno de los aspectos que cuidan al detalle en el semillero es la distancia entre el portainjerto y la variedad. Al respecto, apunta Sánchez que “Cristalplant le da mu-

cha importancia a la altura en la que queda la unión del portainjertos y la variedad, para asegurar que no sea posible el contacto con el suelo”.

Los profesionales que desarrollar su labor en el semillero están

a disposición de los agricultores que deseen conocer de cerca el trabajo que hacen. Así, “Cristalplant invita a los productores a visitar las instalaciones y comprobar el trabajo que realizamos”, comenta Teixeira.

Para evitar problemas en el posterior desarrollo del cultivo de tomate, una opción recomendada por los técnicos de campo de la provincia es el portainjertos. Al respecto, David Sánchez incide en que “principalmente se utiliza porque el portainjertos es resistente a enfermedades presentes en el suelo a las que la planta cultivada es sensible tales como nematodo o fusarium”. Otros factores también juegan un papel crucial para tomar la decisión de usar portainjerto. “La pérdida de estructura del suelo, alta conductividad o suelos poco fértiles que dificultan el desarrollo normal de un cultivo hacen que el agricultor se decida por una variedad injertada”, informa el responsable de Cristalplant. Por otra parte, no menos importante, el injerto proporciona una mayor producción de frutos y un vigor extra a la planta aprovechando el mayor desarrollo y fortaleza del sistema radicular del portainjertos.

Cristalplant lleva desde 1992 sirviendo todo tipo de crianza de horticolas a sus clientes. “Sabemos cómo aportarles las mejores soluciones de cultivo y para ello contamos con cinco semilleros en la provincia de Almería que nos permiten conocer mejor sus necesidades”, informa Teixeira.



## DELEGACIONES

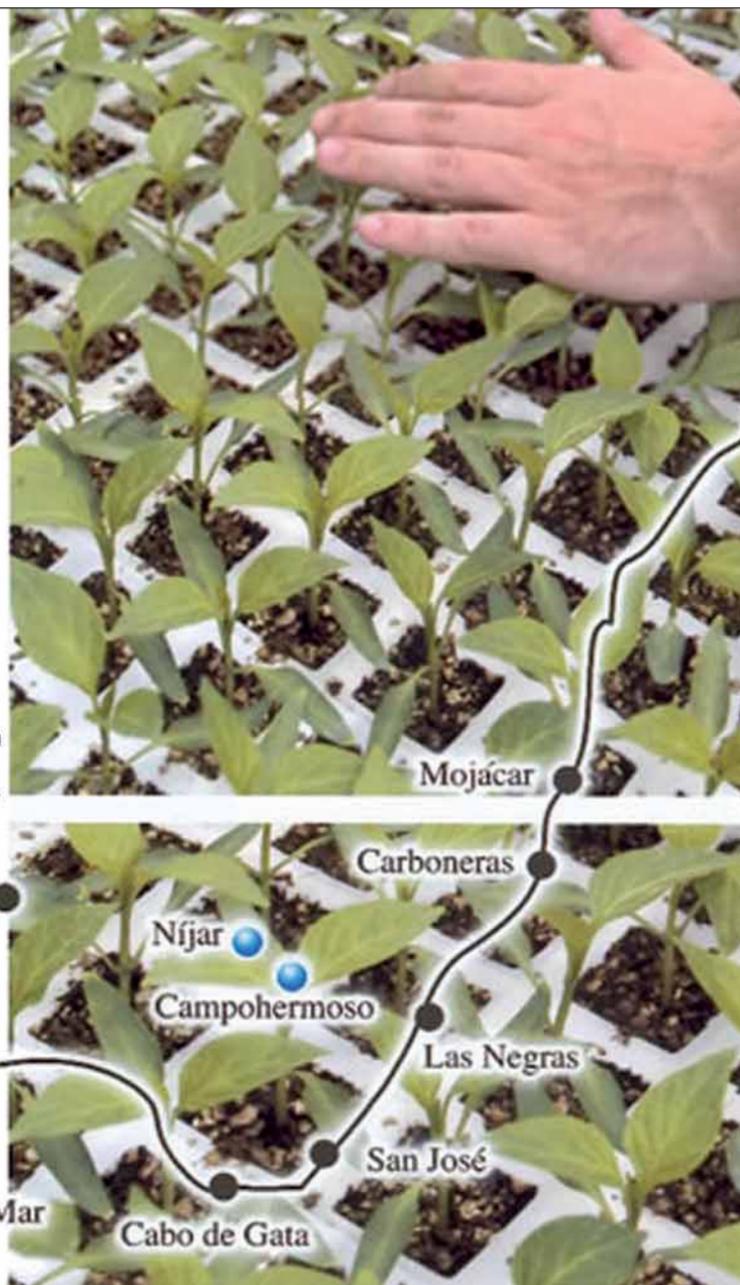
**LA CARTABONA**  
cartabonat@crystalplant.es  
Paraje La Cartabona, s/n  
04700 El Ejido (Almería)  
Telf. 950 60 64 41 / 687 794 717  
Fax: 950 60 64 41

**ALDEILLAPLANT**  
aldeillaplant@crystalplant.es  
Paraje La Cumbre, s/n  
04700 El Ejido (Almería)  
Telf. 950 49 78 26 / 653 88 02 36  
Fax: 950 49 79 13

**SAN AGUSTIN**  
lidya@crystalplant.es  
Paraje La Cumbre, s/n  
04700 El Ejido (Almería)  
Telf. 950 56 50 32 / 615 227 583  
Fax: 950 53 63 10

**CAMPOHERMOSO**  
nijar@crystalplant.es  
Paraje Rondón, s/n  
04110 Campohermoso (Almería)  
Telf. 950 36 69 69 / 626 92 43 07  
Fax: 950 36 67 35

**EL VISO**  
elviso@crystalplant.es  
Paraje Campillo de Genivar, s/n  
04113 El Viso (Almería)  
Telf. 950 61 27 23 / 626 92 43 07  
Fax: 950 61 27 23



MONSANTO

Portainjertos

# Maxifort es el 'porta' líder para suplir las condiciones más desfavorables

DE RUITER TAMBIÉN CUENTA CON OTROS PORTAINJERTOS COMO BEAUFORT, OPTIFORT O MULTIFORT PARA EL CULTIVO DE TOMATE

■ Elena Sánchez

El Grupo Monsanto lleva muchos años apostando por la técnica del injerto no sólo en la provincia almeriense, sino en la agricultura de cualquier parte del mundo. Dentro de este grupo se encuentra la casa de semillas De Ruiter, entidad que aporta una amplia oferta de portainjertos cada uno adecuado para distintas condiciones de cultivo. En este sentido, Jesús Joya, comercial de la zona de Levante de Monsanto, ha explicado que 'Maxifort' es el 'porta' más veterano que tenemos en nuestras filas y además el líder mundial. Se trata de un material que aporta mucho vigor y fuerza a la planta en momentos desfavorables de la campaña agrícola. Es decir, es más aconsejable para cuando está terminando la campaña de invierno, cuando los suelos están más castigados por las enfermedades". Además, "este 'porta' es el más demandado por



■ Monsanto es líder en injerto de tomate gracias a la confianza del agricultor. / FHALMERÍA

los agricultores, ya que cuanto peores sean las condiciones de cultivo, mejor se comporta el injerto". Asimismo, 'Maxifort' aporta una alta resistencia a enfermedades de suelo como pueden ser fusarium, verticilium, raistonía, etc. El segundo material en experiencia por parte de De Ruiter es 'Beaufort', un 'porta' algo menos fuerte que el anterior, pero que también otorga gran vigorosidad, fuerza y alta resistencia a la planta.

En la actualidad cabe destacar dos materiales más novedosos que tiene en el mercado el Grupo Monsanto. Se trata de una nueva generación de patrones con un incremento en la resistencia a nematodos y que sin perder vigor proporciona un equilibrio entre el desarrollo vegetativo de la planta y la producción. Así, estos dos nuevos patrones se conocen con el nombre de 'Multifort' y 'Optifort'. El primero de ellos tiene la característica de que es resis-

tente a fusarium 3, una enfermedad que en España aún no está, pero que en México es bastante grave.

## COMERCIALIZACIÓN

Según ha comentado Jesús Joya, durante todo este año se ha estado introduciendo con más fuerza el 'Multifort', ya que es un término medio entre 'Maxifort' y 'Beaufort', por lo que equilibra tanto las características de un ma-

## Cualquier variedad de tomate se puede injertar

Cualquier variedad de tomate se puede injertar, siempre y cuando ésta lo requiera por las condiciones de suelo, de agua o de enfermedades que tenga el agricultor en el invernadero. Sin embargo, el comercial de la zona de Levante en Almería del Grupo Monsanto, Jesús Joya, ha indicado que "cada vez son más los agricultores que una vez que han probado el injerto se quedan con él, a pesar de que no tengan la necesidad de hacerlo". Y es que, las ventajas tanto de vigorosidad en la planta, como fuerza, energía y un fruto más uniforme y de calidad, llevan a que los productores de tomate sigan apostando por esta técnica de cultivo, que tan sólo requiere un poco más de atención que el convencional.

terial como de otro. Mientras, 'Optifort' se encuentra aún en fase de introducción en el mercado, con pruebas entre los agricultores para conocer mejor sus características.

## RAZONES DE CULTIVO

# El injerto permite una mayor duración del ciclo productivo

■ E. Sánchez

La técnica del injerto se lleva empleando en el cultivo de tomate desde hace muchos años gracias a los resultados tan positivos que están teniendo los agricultores al respecto. En este sentido, la mayor tendencia en el mercado que se ha identificado en tomate en los últimos años ha sido, sin lugar a dudas, el crecimiento masivo del uso del portainjerto. Según ha explicado David Murcia, jefe de producto de tomate de Syngenta, "condicionado no tanto por la búsqueda de resistencias de suelo que aporta sino sobre todo condicionado por la mayor duración del ciclo productivo que se obtiene al injertar la planta y el beneficio que se obtiene en cuanto a mantener los niveles de producción, sobre todo



■ El injerto de tomate es muy común en Almería. / FHALMERÍA

en los meses en los que las temperaturas son más bajas". El uso del portainjerto se realiza, normalmente, buscando mantener la producción más o menos estable durante el invierno y alar-

gar el ciclo porque lo que buscan los productores, ahora más que nunca, es aumentar su productividad para intentar que el nivel final de beneficio por hectárea le sea rentable.

## CIFRAS

# El tomate es la hortaliza con mayor volumen de plantas injertadas en la provincia

■ E. S. G.

El tomate es la hortaliza con mayor volumen de plantas injertadas en la provincia almeriense. Según ha comentado David Murcia, jefe de producto de tomate de Syngenta, en Almería "existen unas 3.500 hectáreas de tomate injertado, es decir, aproximadamente un 35 por ciento de toda la producción de tomate en la provincia".

Este producto lleva varios años usando la técnica del injerto para hacer frente a las cada vez más enfermedades de suelo que aparecen por diferentes motivos. Y es que, desde los orígenes de la agricultura en la provincia se ha estado empleando un sinfín de productos que ha llevado a que la

tierra se cansa y se deteriore, por lo que las enfermedades de suelo son más complicadas de erradicar. Con el injerto se consigue esta acción, además de que el vigor que le aporta a la planta es mucho mayor.

## PORCENTAJES

Sin embargo, en lo que respecta a porcentajes, la sandía es la que gana, ya que el cien por cien de esta fruta se cultiva bajo la técnica del injerto. Aunque, como este producto cuenta con menos hectáreas y un ciclo de producción mucho más corto que el del tomate, las cifras terminan decantándose del lado de la principal hortaliza que se cultiva en Almería.

## PORTAINJERTO

## Portainjertos

# ‘Emperador’ RZ, reduce los riesgos y potencia el rendimiento final

TAMBIÉN TRABAJAN CON KING KONG Y BIG POWER, LOS TRES ‘PORTAS’ DE LA CASA DE SEMILLAS TANTO PARA CICLO CORTO COMO LARGO

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Rijk Zwaan continúa con la promoción para esta campaña de sus tres variedades de portainjerto de tomate, ‘Emperador RZ’, ‘King Kong RZ’ y ‘Big Power RZ’. Sin embargo, de estos tres, el más elegido por los agricultores y clientes de la entidad es ‘Emperador RZ’, un portainjerto que, según David Herzog, responsable de injerto de Rijk Zwaan, “lo recomendamos para ciclo largo, así como para todos los tomates intermedios suelto o de ramo. Lo más característico de este ‘porta’ y que por eso lo prefieren los agricultores es que es muy equilibrado, además de que es un material que aguanta muy bien los nemátodos y otorga un alto calibre al fruto, así como, para ciclo largo, da mucha energía y fuerza a la planta”. Además, este ‘porta’ es el que mejor se adapta a las necesidades del cultivo de la provincia almeriense y a las condiciones de los invernaderos de aquí. Por ello, el agricultor apuesta por él año tras año y obtienen



■ Cultivo de Razymo RZ con el portainjerto Emperador RZ. / RZ

unos resultados excelentes de calidad y fruto.

A continuación, el otro material que tiene la casa de semillas es ‘King Kong RZ’, “un ‘porta’ que recomendamos principalmente para tomate gordo de cuello verde o maduración en rojo. Asimismo, también es un buen material para los agricultores que trabajan con ciclo corto, ya que le da a la planta una mayor precocidad”. Sin embargo, la ventaja que tiene este portainjerto es que incluso para ciclo largo es también muy válido, ya que no da mucha vegetación ni exceso de fuerza y

para este tipo de tomate es mejor. La técnica del injerto es la misma para cada una de las variedades, sin embargo, según Herzog, “la diferencia que existe entre nuestros portainjertos y el resto es que los de Rijk Zwaan son muy generativos, es decir, aportan mucha energía a las flores y frutos y no tanto a la parte vegetativa como son las hojas y lo tallos”.

## BIG POWER

Finalmente, el tercer material que oferta la casa de semillas es ‘Big Power RZ’. Es un portainjerto que se recomienda para todas las especialidades de tomate, tanto cherry, como coctel o cherry pera y sobre todo para ciclo largo, ya

que se trata de un material que tiene muy buena compatibilidad con los tomates cherry, además de mantener las características del fruto, no raja el tomate y tampoco afecta a su sabor.

## AUMENTA POCO A POCO

La técnica del injerto en la provincia de Almería está aumentando poco a poco. Según ha explicado David Herzog, responsable de injerto de Rijk Zwaan, “en el campo almeriense, durante la campaña de otoño-invierno, nos podemos estar acercando al 60 por ciento del injerto en tomate en toda la provincia, mientras que en la campaña de primavera, esta técnica disminuye, puesto que los ciclos son más cortos, hace más calor y la planta no necesita tanta fuerza”.

Finalmente, la casa de semillas ha informado que en estos momentos están estudiando nuevos portainjertos, de los que se hablará en un corto periodo de tiempo.

## “No hay problemas de nemátodos”

Juan Francisco Molina es un agricultor almeriense de tomate que lleva dos años apostando por el portainjerto de Rijk Zwaan, ‘Emperador’. “Me dieron una prueba hace dos años y me gustó mucho por el aguante que tiene el cultivo. Por eso, al año siguiente decidí poner toda mi producción con el portainjerto de Rijk Zwaan y en ciclo tardío me ha ido muy bien”.

Además, Molina explica que “me quedo con ‘Emperador’ porque es el ‘porta’ con el que no he tenido ningún problema de nemátodos desde septiembre hasta ahora”. El agricultor almeriense destaca de este material que “le da mucha potencia a la planta, pero sin excesiva vegetación. Su manejo es muy fácil y el calibre del fruto es el que mejor se vende en el mercado”.



## CONSOLIDADO

# El ‘porta’ Spirit de Nunhems otorga una alta y uniforme germinación a las plantas

■ E. Sánchez

La casa de semillas Nunhems ha celebrado este año el séptimo comercial del portainjerto de tomate ‘Spirit’, un material consolidado en el mercado almeriense tanto para ciclo cortos como largos. En este sentido, el responsable de injertos de Nunhems, Jorge Marín, ha comentado que “Spirit es un portainjerto bastante veterano en el mercado y sus principales características son la alta y uniforme germinación y el balance agronómico que aporta a la variedad con la que se injerta”.

De hecho, una de las ventajas de este portainjerto es que al tener una planta muy equilibrada



■ Injerto de tomate en una finca de la provincia. / FHALMERÍA

y aireada, se minimizan los problemas de enfermedades fúngicas, además, aporta calidad y más precocidad en la recolección.

Asimismo, el responsable de la casa de semillas ha explicado que la resistencia del cultivo es muy alta sobre todo cuando se habla de nemátodos o fusarium. Y es que, la diferencia que tiene este portainjerto con respecto a otros existentes, es su alta calidad y precocidad, mejorando la rentabilidad del agricultor. En esta ocasión, el injerto se realiza con pie de tomate, ya que es un híbrido interespecífico. Marín ha indicado que “cada injerto, dependiendo del cruce, aporta a la variedad un comportamiento diferente, por

eso, con ‘Spirit’, hemos visto que para ciertas variedades típicas de Almería con ciclos muy largos y un porte de planta muy cerrado, lo que le da precisamente son ventajas de cara a tener menos problemas de enfermedades fúngicas”.

## ENSAYOS

Cada año se hacen ensayos en Nunhems comparando este ‘porta’ con otros. Al respecto, lo que se ha comprobado es que “la ventaja de ‘Spirit’ es que le asegura al agricultor el ciclo productivo con más calidad. A veces, otros portas te dan más producción, pero al final la tienes que tirar porque no tienen calidad”. Sin duda, son muchas las ventajas que conllevan los injertos en comparación con la producción convencional con respecto al tomate, ya que se amolda a las necesidades de la zona donde se cultiva.

PHILOSEED ESPAÑA

Verde

# 'Ibérico' y 'Tyntón' cuatro variedades con un plus de sabor y conservación

LA CASA DE SEMILLAS OFRECE CON SU VERSIÓN 'FORTE' MAYOR ADAPTACIÓN A ZONAS CON CONDICIONES ADVERSAS DE CULTIVO

■ José Esteban Ruiz

La empresa almeriense Philoseed España, filial de Philoseed Israel, ha realizado una fuerte apuesta en tomate verde pintón, con cuatro variedades disponibles para cultivar en el campo almeriense. Se trata de semillas que ofrecen buenos resultados en los cultivos bajo abrigo de la provincia como avalan los resultados obtenidos en los diferentes ensayos realizados en distintos puntos de la geografía almeriense. Cuatro variedades agrupadas en dos parejas: 'Ibérico' e 'Ibérico Forte', por un lado, y 'Tyntón' y 'Tyntón Forte'. Estas novedades que presentan en la actual campaña, disponibles para el agricultor, han sido fruto del trabajo de campo de tres años, tiempo en el que han depurado al máximo los resultados que se cosechan, aunque para desarrollarlas, "el trabajo fue más intenso y duradero", confirma Víctor Megías, director técnico de Philoseed España. En estas variedades han profundizado, y por tanto avanzado en dos aspectos sobre el resto. Así, Megías indica que "se ha pretendido, sin dejar de lado la producción y resistencia a enfermedades - cuentan con resistencia a virus de la cuchara-, potenciar el sa-



■ El pintón verde de Philoseed, 'Ibérico', se caracteriza por su sabor y calidad visual.

bor del tomate y añadir un plus con un trabajo extra para mejorar la conservación del producto". En este sentido, añade el director técnico que "cada una de las líneas que ofrecemos destaca en uno de estos aspectos".

Dentro de las características que tiene cada variedad en cuanto a fruta, 'Ibérico' destaca sobre todo por su sabor, "de ahí su nombre", matiza Megías.

Por otra parte ofrece una gran calidad visual con unos colores muy vivos y un contraste muy intenso entre los diferentes tonos, así como un brillo especial. Además, no olvida el plus de conservación ya que mejora igualmente "la vida postcosecha en dos días sobre lo que realmente se ofrece en el campo de Almería actualmente", corrobora el responsable de Philoseed.

'Tyntón', por su parte, "aunque en esta variedad no se ha descuidado en absoluto el sabor y aspecto del tomate", se ha potenciado la conservación. Por ello, "lo denominamos directamente 'pintón larga vida'. Es una variedad que mejora en cinco o seis días la conservación de los tomates en verde que hoy se trabajan". Víctor Megías asegura que "nuestra idea es, o bien alcanzar mercados más lejanos, o adaptarnos a los mercados donde se presenta la fruta con unas condiciones muchísimo mejores".

## PARA DUROS INVIERNOS

En cuanto a las plantas que desarrollan estas variedades, "según la demanda percibida como por los reconocimientos acumulados por los profesionales del campo almeriense", afirma Megías, destacan por "el gran aguante que tienen durante el invierno". Las cuatro variedades ofrecen un excelente cuaje durante el periodo invernal. Ahora mismo, "estamos en un nicho de mercado en el cual no hay muchas variedades que sean capaces de

## Expectativas para la actual campaña

El equipo que configura la empresa almeriense ha mostrado su satisfacción por la respuesta que han ofrecido los agricultores. Sus variedades están calando en el campo almeriense y en tan sólo unos meses han registrado una demanda que supera con creces sus expectativas iniciales. Un trabajo recompensado y un motivo para seguir apostando por la línea de la empresa de semillas. El director técnico de Philoseed España asegura que en la filial de Philoseed Israel se encuentran "muy contentos por la respuesta que estamos obteniendo del campo en esta primera campaña, un acto de presentación el cual consideramos que está siendo importante para nosotros, lo que nos motiva de cara al futuro". Por todo ello, insiste el director técnico, "se nos está devolviendo con creces y en forma de recompensa el esfuerzo realizado".

ofrecer todo lo que nosotros ofrecemos. No hay muchas variedades de tipo verde pintón que tengan resistencia a cuchara y un buen aguante en el invierno". Por este motivo, las expectativas que tienen son bastante esperanzadoras.

Las condiciones climáticas adversas acontecidas en el inicio del presente año, no son una barrera infranqueable para el devenir de una buena cosecha de tomate con estas variedades, según apuntan desde Philoseed España. En un invierno como el que acaba de pasar, los ensayos de Philoseed "han destacado muy por encima de los demás, no sólo este año, sino también en la anterior campaña donde el frío fue un hecho notorio durante gran parte del invierno".

Más que adaptar cada una de las variedades a trasplantes tempranos o tardíos, lo que han buscado es la adaptación a condiciones adversas. Con la versión 'Forte' lo que proporcionan es un mayor vigor en situaciones en las que sea más constante la salinidad alta en agua de riego o las temperaturas extremas.

## Philoseed investiga en la mejora de su producción

Philoseed España está trabajando continuamente en la mejora productiva de sus semillas. Con este objetivo ha llegado a un acuerdo con el Grupo Hispatec para llevar a cabo mejoras en sus procesos. Así, la empresa de servicios tecnológicos implantará un sistema informático propio adaptado a las mejoras introducidas en los procesos de elaboración de semillas y de productos biotecnológicos.

La intención es desarrollar un soporte informático específico y adaptado a las necesidades productivas de esta compañía.

Además de comercializar las semillas, Philoseed España, filial de la empresa originaria de Israel, también participa en parte del proceso de investigación y desarrollo de las mismas, e innova ofreciendo al agricultor una amplia línea de variedades de tomate y nuevas semillas

para su cultivo, fruto de la colaboración que llevan a cabo con genetistas de la Universidad de Jerusalén.

De cara al futuro, la compañía apuesta por el desarrollo de una agricultura sostenible y respetuosa con el medio ambiente, así como por la evolución de productos biotecnológicos que distribuye a través de Philo Tec y que obtiene a partir de materias naturales, totalmente limpias y respetuosas. Este nuevo acuerdo de colaboración amplía el espectro de empresas en el que el Grupo Hispatec desarrolla actividades relacionadas con la agroalimentación.

UN PASO MÁS ALLA

# Este producto es el más cultivado de forma ecológica en invernadero

LA PROVINCIA CUENTA CON UNAS 300 HAS. DE HORTALIZAS ECOLÓGICAS BAJO ABRIGO, LA MAYORÍA DE ELLAS DESTINADAS AL TOMATE

Isabel Fernández

La provincia almeriense alberga una vasta superficie ecológica, casi 37.000 hectáreas, según las últimas cifras facilitadas por la Consejería de Agricultura y Pesca. De esta cantidad, apenas 1.300 hectáreas se destinan a la producción de hortalizas ecológicas y el cerco se estrecha aún más cuando éstas se cultivan bajo abrigo. Apenas unas 300 son las hectáreas de hortalizas ecológicas que se cultivan en la provincia y, entre ellas, el tomate es la producción mayoritaria.

Asimismo, y como no podía ser de otra manera, si el tomate es el cultivo mayoritario, Níjar es la zona de la provincia con una mayor superficie de cultivo destina-



■ Níjar concentra la mayor superficie de tomate ecológico de la provincia. / FHALMERÍA

da a este tipo de plantaciones. En este sentido, el hecho de producirse en esta zona confiere al tomate, en general, y cómo no al ecológico, una serie de particularidades que lo hacen un producto sin igual y que animan al consumidor a de-

cantarse por él. La mayor salinidad de las aguas de riego, así como el clima de la zona, con grandes oscilaciones térmicas a lo largo del día, confieren al tomate un sabor, aroma y textura que lo hacen muy diferente a

cualquier otro tipo de producto. Por otro lado, y en lo que respecta a los precios, desde el sector apuntan que éstos suelen ser más estables para este tipo de producciones, entre otras cosas, porque es menor el volumen que se comerciali-

za y, además, porque también son menos los competidores. En este sentido, Francisco José Cazorla, director comercial de Níjar Sol S.A.T., comentó que, por ejemplo, "el tomate suele tener unos precios más estables" y explicó que esto se debe a que "su producción es menor tanto aquí como en los países competidores".

Asimismo, y en relación a la demanda de este tipo de alimentos, ésta sigue siendo mayoritariamente foránea. El mercado nacional sigue en 'stand by', el consumidor español aún no demanda estos alimentos en la medida en la que sería deseable. Por ello, y de momento, las comercializadoras de la provincia especializadas en la producción de ecológicos o que, al menos, cuentan con una serie de hectáreas dedicadas a este tipo de plantaciones, siguen teniendo en los mercados europeos sus mayores clientes.

Alemania y el Reino Unido suelen ser los principales demandantes del tomate ecológico almeriense, pero no los únicos. Las empresas de la provincia también comercializan parte de su tomate en Francia u Holanda, mientras que los países nórdicos, principales consumidores de productos orgánicos, comienzan a posicionarse.



## El Sistema de Calidad SmartFresh™ para el tomate: Un nuevo horizonte se abre para estos frutos.

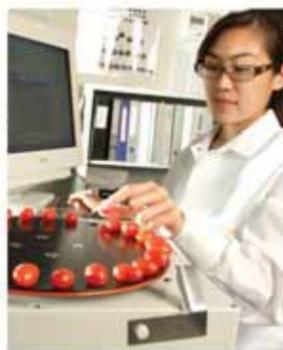
Basándose en los más de 50 ensayos previos a la comercialización de SmartFresh con tomates llevados a cabo entre el 2008 y el 2009, María Matilla, Directora de Marketing Operativo Europeo de AgroFresh, confirma el gran efecto que se obtuvo en su conservación, transporte y comercialización: "En las variedades de ensalada o tomate verde (Raf, Cecilio, Delicia, etc.) el sistema de calidad SmartFresh mostró excelentes resultados, incluso cuando se cosecharon durante los periodos más calurosos. El color se mantuvo durante más tiempo, la firmeza es definitivamente mayor y el sabor es excelente".

Dado un interés cada vez mayor de los consumidores por tomates de ensalada de gran calidad para el consumo en fresco, mantener su coloración entre 7 y 14 días gracias al SmartFresh permite a los productores y exportadores españoles orientarse hacia nuevos mercados. Eve Dupille, Directora de I+D para España, supervisora de los ensayos, subraya que el uso de SmartFresh conlleva un menor estrés durante la cosecha, la conservación y el transporte a destino. Cuenta que se aplicó SmartFresh en las variedades mencionadas anteriormente en las fases donde el tomate está completamente verde hasta la fase del rosado y como resultado el efecto sobre la coloración y la firmeza fue excelente en todas ellas:

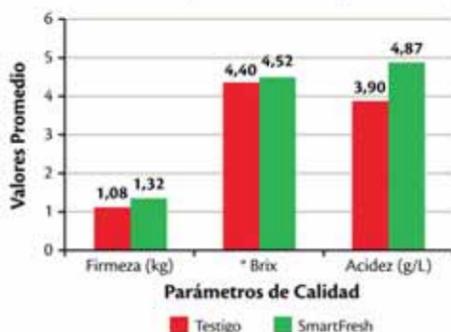


"Incluso llevamos a cabo un ensayo con tomates de Ensalada a temperaturas muy altas en el invernadero y los resultados a pesar de las condiciones extremas fueron muy buenos".

AgroFresh planea evaluar beneficios adicionales del SmartFresh en temperaturas más altas durante la próxima temporada del tomate, porque los paneles de consumo han expresado un fuerte interés por este tipo de tomate.



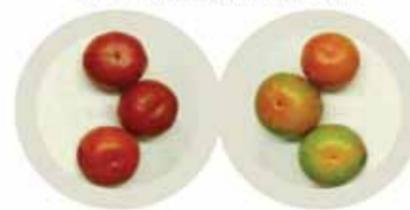
### Calidad interna 13 días después de la aplicación de SmartFresh (9 modalidades de tomate y distintos procesos)



Fuente: Ensayos pre-comerciales llevados a cabo en las instalaciones de un cliente: AgroFresh - España - 2009

### Calidad superior y mejor aspecto visual con SmartFresh

Tipo Asurcado Variedad Delicia



Tomates conservados durante 1 día en frío a 10°C y posteriormente 13 días a temperatura ambiente (20°C)

Tecnidex, el representante en España de la empresa AgroFresh prevé una fuerte demanda del SmartFresh para el tomate en los próximos años. Según Manuel García Portillo, presidente de Tecnidex, la tendencia se confirma y la tecnología SmartFresh le responde totalmente, ya que la rentabilidad de la inversión es prácticamente visible a través del periodo de comercialización prolongado y la vida útil sensiblemente mejorada. El Sr. García Portillo está de acuerdo con las expectativas de mercado de AgroFresh para España: "Incluso después de dos semanas a temperatura ambiente, los frutos son ricos en sabor, manteniendo su coloración y su calidad es mucho mejor que la de los frutos testigo. Tanto las ventas en el mercado nacional como las exportaciones se verán beneficiados con clientes satisfechos y se creará una mayor demanda".

UN PINTÓN MUY ESPECIAL

Verde

# Un excelente sabor y una gran vida comercial son las señas de identidad de Montenegro RZ

ESTA VARIEDAD DE RIJK ZWAAN AGUANTA HASTA TRES SEMANAS Y MEDIA SIN LLEGAR A BLANDEAR Y CON UN VIRAJE MUY ATRACTIVO A LA VISTA

■ Isabel Fernández

Montenegro RZ sigue afianzándose en el campo almeriense. Y es que este tomate para su recolección en pintón presenta unas características que lo hacen un producto sin igual. En este sentido, Manuel Hernández, especialista de Cultivo de Tomate de Rijk Zwaan, afirmó que, si por algo destaca esta peculiar variedad de tomate es por “el sabor y la conservación”. Con respecto al segundo de estos aspectos, la conservación, “este tomate, perfectamente, puede aguantar hasta tres semanas y media”, apuntó Hernández, quien añadió que “se coge con la estrella marcada en pintón y va virando, pero sin llegar a blandear”. Esto le confiere, claro está, una gran vida comercial



■ Montenegro RZ, el primer tomate de ensalada que traspasa fronteras. /RZ

y lo diferencia del resto de variedades que, a día de hoy, hay en el mercado. “Normalmente, este tipo de tomates son de dos semanas o dos semanas y media y Mon-

tenegro RZ puede llegar hasta las tres semanas y media”, explicó Manuel Hernández.

Montenegro RZ es un tomate de cuello verde y de gran calibre,

entre G y GG. Visualmente, “es un tomate muy atractivo” y, además, “hace un viraje muy bonito, hacia un rojo amarronado”. Asimismo, esta variedad de tomate para su recolección en pintón de Rijk Zwaan tiene una “resistencia alta al virus de la cuchara”, algo que, en inviernos como el pasado, marcado por las continuas lluvias y las bajas temperaturas, es una garantía para los agricultores que lo producen.

Montenegro RZ, a pesar de ser una variedad, prácticamente, recién llegada al campo almeriense, ha logrado hacerse con la confianza de muchos agricultores que, poco a poco, lo van conociendo. De este modo, Rijk Zwaan cubre otra de las necesidades de los productores de la provincia, ampliando, a su vez, una ya de por sí extensa gama de variedades.

**“He obtenido un producto de una gran calidad”**

Rafael Vergel, agricultor de Níjar, la zona ‘tomatera’ por excelencia de la provincia, afirma que, si bien es cierto que aún es poca la superficie que tiene dedicada a la producción de tomate pintón y, en concreto, Montenegro RZ, “sólo unos 1.600 metros cuadrados”, esto le ha valido para darse cuenta de las excelentes virtudes de este producto. De este modo, Vergel comenta que “todo me ha ido muy bien” y, lo que es más importante aún, “el fruto que he obtenido es de muy buena calidad”.

Este agricultor, asimismo, llama la atención sobre uno de los aspectos, a su juicio, “más significativos” de este tomate y es que “tiene un viraje muy bonito”. Así, explica que “cuando madura, alcanza un color rojo muy fuerte”, algo que lo hace muy atractivo. Por último, Rafael Vergel no quiso pasar por alto otra de las características más importantes de esta variedad. Por ello, recuerda que “no es un tomate que se blandee pronto”, algo que, entiende, favorece su comercialización posterior.

## “Puede aguantar en condiciones de mucho frío y bastante lluvia”

El agricultor nijareño Manuel Caravaca es uno de los que ya está utilizando la variedad Montenegro RZ en esta campaña y, de momento, como él mismo afirma, “estoy muy contento con él”. Hasta ahora, “estoy obteniendo frutos de un calibre G o GG” y, además, “buenísimos”. Según explica, “no todo el mundo hace verde”, sin embargo, éste es un mercado muy inte-

resante para muchos agricultores. Por otro lado, Caravaca indica que, pese a vivir en una zona con unas características climatológicas muy peculiares, éstas no han influido, ni mucho menos, en el desarrollo del fruto. Es más, “puede aguantar en condiciones de mucho frío y bastante lluvia”, tanto que afirma que “este invierno no he tenido problemas”.



## CON HISTORIA

■ I. F. G.

El tomate verde almeriense es, junto con el Raf, uno de los más tradicionales. Aunque, a día de hoy, no está muy extendido, lo cierto es que hay productores que se resisten a abandonar este cultivo y, de hecho, en la zona de La Cañada y Níjar aún son muchas las explotaciones dedicadas a su producción. En este sentido, Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, comentó que, aproximadamente, “el tomate verde supone en torno al 10% de

## El verde es, junto con el Raf, uno de los tomates más tradicionales de la provincia

la superficie total de tomate de la provincia”, sin embargo, y pese a este reducido porcentaje, es un tipo que se mantiene campaña tras campaña.

El secreto, según indicó Góngora, es sólo uno y es que “es un tomate diferente”. Frente a la imagen generaliza de un tomate rojo, el verde despierta mucho interés

entre los consumidores, que lo creen un producto especial y que, desde luego, hay que degustar.

Por otro lado, y con respecto a su comercialización, éste es más un tomate de alhóndiga que de cooperativa. Las subastas son su casa y, desde ahí, parte diariamente a su mercado de destino, normalmente, el nacional. Y es

que el verde no sólo es un producto especial por su color, sino también por su delicadeza.

### CULTIVO

Este tomate no es diferente sólo por su color, su aroma o por ser uno de los más antiguos de la provincia, sino también por su forma

de cultivo. De este modo, el secretario provincial de COAG apuntó que necesita unas “condiciones especiales” para su producción y destacó que, por ejemplo, “necesita agua con una mayor conductividad”. A su juicio, y salvando algunas diferencias, el tomate verde tiene algunas similitudes, en lo que a su manejo se refiere, con el Raf, uno de los tomates emblema de la provincia. Así pues, campaña tras campaña, el tomate verde sigue haciendo historia y arraigando aún más, si cabe, entre los agricultores.

# Nunhems apuesta por Spirit, Anemon y Marmalindo para fortalecer el sector

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Nunhems sigue apostando esta campaña por variedades de tomate que aportan un alto valor añadido al sector agrícola almeriense. En primer lugar, la empresa está centrándose en el portainjerto. Así, el responsable de tomate en Nunhems, Jorge Marín, ha explicado que “Spirit es un portainjerto bastante veterano en el mercado y sus principales características son la alta y uniforme germinación y el balance agronómico que aporta a la variedad con la que se injerta”. De hecho, una de las ventajas de este portainjerto es que al tener una planta muy equilibrada y aireada, se minimizan los problemas de enfermedades fúngicas, además, aporta calidad y más precocidad en la recolección. Asimismo, el responsable de la casa de semillas ha explicado que la resistencia del cultivo es muy alta sobre todo cuando se habla de nematodos o fusarium. Y es que, la



■ Cultivo de tomate de la casa de semillas Nunhems. / NUNHEMS

diferencia que tiene este portainjerto con respecto a otros existentes, es su alta calidad y precocidad, mejorando la rentabilidad del agricultor.

Por otro lado, en cuanto a variedades de tomate larga vida, Nunhems pretende afianzar y consolidar en el mercado su variedad Anemon, en su segundo año de comercialización. Entre sus aspectos más destacados cabe señalar que es una variedad utilizada tanto para ciclos largos como cortos, unificando una larga conservación del producto con la alta calidad del fruto. Del mismo modo, Jorge Marín comenta que “pretendemos poten-

ciar el logro de una variedad larga vida obteniendo una gran uniformidad de producción con frutos que prácticamente no tienen deformación en los ciclos de invierno, principalmente por la coloración del fruto y el no ahuecado del mismo. Con esto, estamos consiguiendo que el agricultor obtenga más del 95 por ciento de la producción asegurada de primera categoría”. Además, un aspecto también a destacar de Anemon y que resulta una gran ventaja para los agricultores es que este tomate tiene resistencia a nematodos, fusarium y el virus de la cuchara, por lo que “intentamos introducirnos en el mercado del larga vida con altas características organolépticas. Es un producto idóneo para la exportación, que además mejora la calidad del fruto y aporta más confianza al agricultor a la hora del cultivo”.

Finalmente, dentro de la amplia oferta con la que cuenta Nunhems, en la gama de tomate se ha querido destacar una novedad que lleva

tan sólo un año en el mercado. Se trata de una variedad de tomate asurcado o tipo marmande conocido bajo el nombre de Marmalindo. Con este fruto, el responsable de tomate de la casa de semillas ha indicado que “incrementamos nuestro mercado en este segmento. Con Marmalindo, mejoramos el ciclo productivo, aumentando la calidad del fruto durante todo el ciclo”.

## MÁS CONSERVACIÓN

Al mismo tiempo, se está potenciando la conservación y firmeza del tomate, de tal manera que se da la posibilidad de abrir mercados hacia otros países. Normalmente, el tipo asurcado es un tomate que se recolecta en verde cuando tira a rojo, pero “nosotros lo que estamos haciendo es darle al agricultor una mayor facilidad de manejo de cultivo, con uniformidad de fruto y conservación tanto para mercado nacional como internacional”. Finalmente, lo más destacado de este tomate es que se puede cultivar en zonas que antes no era posible (cualquier agricultor podrá acceder a él de manera más fácil) y consiguiendo una alta calidad, lo que conlleva una mejor aceptación en los mercados.

Beneficios para el mercado,  
rentabilidad para tu campo.



Anemon\*



Marmalindo\*



Portainjerto Spirit

Alta calidad y uniformidad para sacar el máximo beneficio a tu inversión.

\* Variedad pendiente de registro  
© Nunhems BV, 2010. Todos los derechos reservados. Toda información relativa al material descrito o presentado son propiedad intelectual de Nunhems BV o sus filiales.  
Cno. Los Huertos, s/n | 46210 Picaña (Valencia) | Tel. +34 96 159 42 10 | Fax. +34 96 159 17 20 | Teléfono de Atención al Cliente 900 40 50 40

## TIGRE

## Un tomate con gran dulzor y de rayas muy pronunciadas

■ E. S. G.

El tomate Tigre es uno de los más característicos de la provincia almeriense. Se caracteriza por tener unas rayas muy pronunciadas en la piel. Pero no es sólo su apariencia externa lo que convierte al Tigre en una variedad peculiar sino que otros aspectos lo identifican, ya que se trata de una variedad para ensalada que se caracteriza por ser dulce.



■ Tomate Tigre. / FHALMERÍA

Asimismo, se trata de un tomate cuya planta es poco vigorosa y resulta muy tolerante al calor, por lo que permite cultivarlo los doce meses del año. Por otro lado, una ventaja que presenta el Tigre

es que cuenta con una floración precoz permitiendo su recolección a los dos meses de su transplante.

Poco a poco se va posicionando en el mercado, tanto nacional como internacional.

## MONTALVO RZ

## Otros tipos



■ La producción de Montalvo RZ es espectacular. / RZ

## ‘Montalvo RZ’, un pera muy ‘duro’ que ya ha ‘conquistado’ el corazón de los agricultores

■ Isabel Fernández

Montalvo RZ es una de las últimas variedades de tomate pera de Rijk Zwaan pero que, a pesar de su ‘juventud’, está logrando calar en el campo almeriense. Este tomate ha despertado una gran expectación.

Y no es para menos. Sus características lo convierten en un fruto sin igual que, desde luego, deleitará los paladares más exigentes.

Manuel Hernández, especialista de Cultivo de Tomate de

Rijk Zwaan, comentó que éste es “un tomate de gran calibre” y, además, “se puede hacer en un ciclo largo y es muy productivo”. Tamaño y cantidad son, en principio, sus virtudes, aunque cuenta con otra serie de ‘aptitudes’ que lo convierten en un producto especialmente indicado para su cultivo en la provincia.

### RESISTENCIA

En este sentido, el especialista de Cultivo de Tomate de Rijk Zwaan señaló que Montalvo RZ

tiene “resistencia a los virus de la cuchara y del spotted”, así como a los nematodos. Por si todo esto fuese poco, tiene “una gran firmeza”.

Este pera está llamado a ‘conquistar’ el campo almeriense y, de momento, cualidades para ello no le faltan.

El tomate pera va aumentando su extensión no sólo en la provincia de Almería, también hay otras zonas productoras que desean cultivar este tipo que resulta muy atractivo para el consumidor.

## CURIOSIDADES

## El espectacular mundo del tomate y los mitos de sus beneficios para la salud

■ I. F. G.

El tomate ofrece mil y una posibilidades al agricultor y al consumidor. No en vano, es la hortaliza más consumida del mundo. Rojo, verde, e incluso, color chocolate, este producto ha logrado, con el paso del tiempo, conquistar al consumidor que, por ejemplo, no concibe una ensalada sin él. Sin embargo, y pese a lo que muchos puedan pensar, ésta no es, ni mucho menos, una hortaliza aburrida. Todo lo contrario. Redondo u ovalado, grande o pequeño, con más o menos licopeno, el tomate es un pro-

ducto que ofrece un sinfín de posibilidades.

Por ejemplo, si ya de por sí ésta es una hortaliza rica en licopeno, existe, además, un tomate con más concentración, si cabe, de este antioxidante.

El Lycomate es uno de esos alimentos considerados funcionales. Fruto de una larga investigación, Anecoop puso en el mercado hace unos dos años un tomate rico en licopeno, un antioxidante natural que ayuda a prevenir enfermedades cancerígenas y cardiovasculares. Pero éste no es el único tomate especial hay otros como Corazón de Buey.

## TOMATE TIPO MARMANDE

■ E. S. G.

La casa de semillas Nunhems sigue estudiando la forma de lograr mejorar la calidad del fruto y que ésta se mantenga durante todo el ciclo productivo. En este sentido, la entidad ha presentado su nueva variedad de tomate tipo asurcado o marmande conocido bajo el nombre de Marmalindo. Con ella, Jorge Marín, responsable de injerto de la entidad, ha explicado que “venimos a incrementar nuestro mercado en este segmen-

## Marmalindo, nueva variedad de tomate asurcado de Nunhems que mejora la calidad del fruto durante todo el ciclo productivo

to, además de que estamos logrando alargar el ciclo productivo mejorando la calidad del fruto durante todo ese ciclo”.

Sin embargo, esta no es la única ventaja que presenta Marmalindo, ya que también se está mejorando la conservación del fruto y la firmeza del mismo, de tal manera que se da la posibilidad de

abrir mercados hacia otros países. De hecho, Marín ha indicado que “esta variedad de tomate tiene muchas ventajas de cara al agricultor, ya que normalmente este cultivo se suele hacer en zonas específicas y con gente muy profesional. Nosotros, con Marmalindo hemos conseguido que se puede cultivar en zonas que antes

no se hacía y consiguiendo una calidad alta, con lo que conlleva una buena aceptación en los mercados”.

Con estas características y a pesar de que el tipo asurcado es un tomate que se recolecta en verde cuando tira a rojo, desde la casa de semillas están intentando darle al agricultor una mayor facili-

dad de manejo de cultivo, desde agosto hasta junio, con una uniformidad de fruto y conservación mayor tanto para mercado nacional como internacional. Y es que, toda esta gama tiene una alta conservación y cuando llega a rojo sigue estando duro para comer bien.

Gracias a todas las características y ventajas que tiene este nuevo tomate asurcado, la provincia almeriense va a poder contar con la producción de esta hortaliza que siempre ha necesitado zonas específicas para su cultivo.

## EXPANSIÓN

# Semilleros El Plantel abre sus nuevas y modernas instalaciones de San Isidro

DE ESTE MODO LE DARÁ UN SERVICIO MÁS DIRECTO A SU YA CONSOLIDADA LISTA DE CLIENTES DEL CAMPO DE NÍJAR

■ **Rafa Villegas**

Tras la consolidación de Semilleros El Plantel en la Comarca del Poniente almeriense, con su reciente apertura también de las instalaciones del municipio de Dalías, ha llegado la hora de que esta empresa se implante directamente en la Comarca de Níjar. El lugar elegido ha sido la población nijarena de San Isidro, donde han construido unas instalaciones con la última tecnología, modernas y, sobre todo muy funcionales.

La apertura tuvo lugar, concretamente, el pasado día 28 de mayo a la una de la tarde. Fueron invitados todos los agricultores que confían en la empresa, una nutrida representación de técnicos de toda la provincia almeriense, así como un grupo de periodistas de diferentes medios de comunicación, entre los que se encontraban, como no podía ser de otra manera, de este medio de comunicación, FHALMERÍA.

Los participantes en la inauguración pudieron conocer de primera mano, gracias a una completa visita guiada, cómo son estas instalaciones que se han construido para optimizar al máximo el trabajo propio del se-

millero. De este modo se satisfacen todas las exigencias de los agricultores, que lo único que buscan son plantas con excelente calidad y, lógicamente, un trato y servicios exquisitos y personalizados. Todo ello, como ha afirmado el gerente de Semilleros El Plantel, Manuel Escuredo, lo ofrece la empresa en el Poniente y lo hará también en esta nueva andadura por la Comarca de Níjar.

La empresa agradeció la presencia de sus clientes, los técnicos invitados y los periodistas con una copa de vino español, así como con un aperitivo.

## PONIENTE VS NÍJAR

De momento, en Semillero El Plantel sólo están recibiendo pedidos, debido a la fecha, de agricultores de cultivos de tomate extensivos, ya que aún es demasiado pronto para la campaña de invierno intensiva. Según ha explicado Escuredo, "este año se ha producido un ligero decremento del tomate para la calle en comparación con la campaña anterior".

Según le han comentado a Escuredo, respecto a la próxima campaña de tomate intensiva, "es probable que se produzca un incremento de las siembras de este producto para ciclo largo, con el consiguiente descenso del ciclo corto". No obstante, el gerente de Semilleros El Plantel ha querido ser cauto y ha aconsejado "esperar a ver cómo se des-



■ Las nuevas instalaciones de Semilleros El Plantel en el municipio nijareño de San Isidro. / FHALMERÍA

arrollan finalmente los acontecimientos".

Respecto a las diferencias existentes entre los tipos de tomate preferidos por los agricultores nijareños y por los productores del Poniente almeriense, Escuredo ha asegurado que, por ejemplo, "en algunas variedades de ramo la diferencia es muy baja, mientras que en algunos tipos como el Daniela, prácticamente todo se hace en la zona de Níjar". Del mismo modo, como ya viene siendo habitual, "hay más productores de tomate Raf en el Campo nijareño que en el Poniente".



■ Ventiladores 'anti bichos' en las puertas del semillero. / FHALMERÍA



# El Plantel

## SEMILLEROS















**SAN ISIDRO-NIJAR (Almería)**  
Paraje Las Almenas s/n  
Tel/Fax: 950 090900

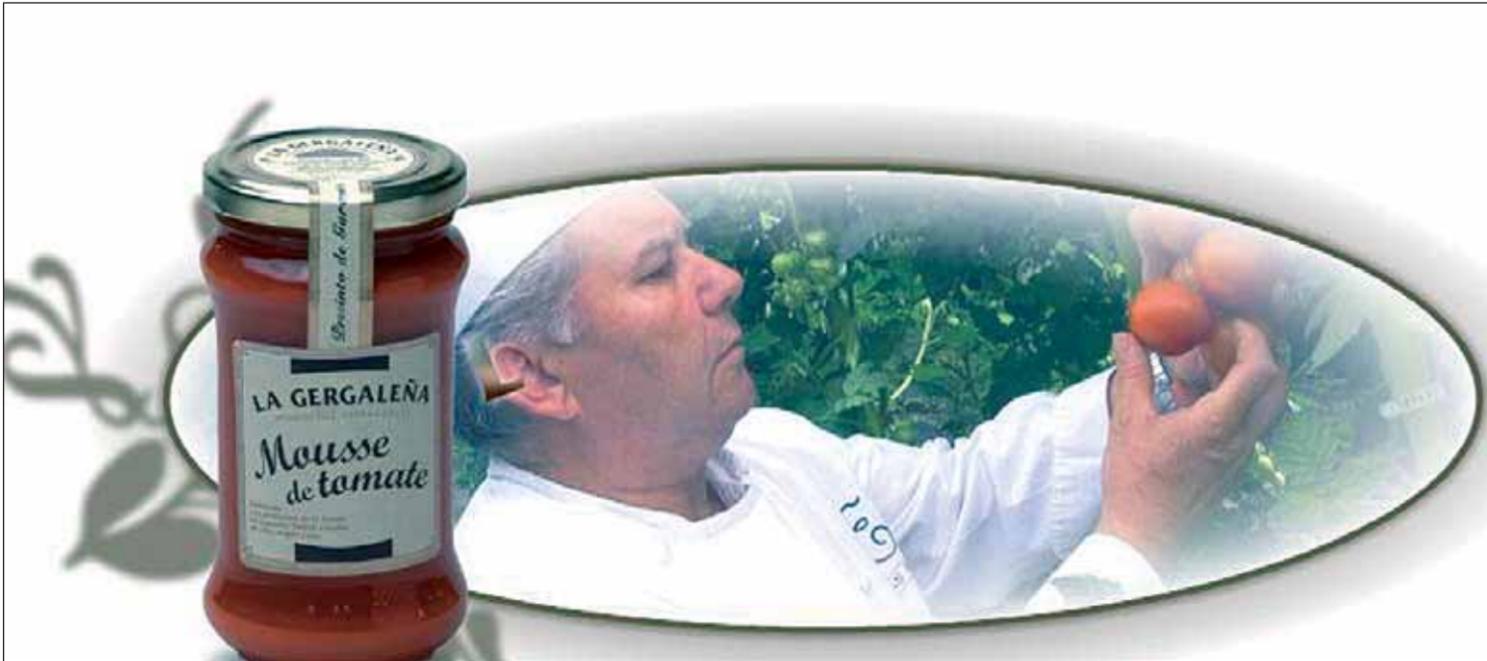
**LA MOJONERA (Almería)**  
Ctra. Las Norias, 15  
Tel/Fax: 950 330101

**DALÍAS (Almería)**  
Ctra. Berja, km 7  
Tel/Fax: 950 49 46 37

**SAN AGUSTÍN**  
El Ejido (Almería)  
C/ Diagonal, 36  
Tel/Fax: 950 602016

## LISTOS PARA TOMAR

# Productos como mousse y crema de tomate gracias al sector de la V Gama



■ La mousse de tomate es uno de los productos más demandados por el consumidor.

LOS PREPARADOS Y LISTOS PARA TOMAR ESTÁN A LA ORDEN DEL DÍA SIENDO PRODUCTOS IDÓNEOS COMO ENTRANTES O ALIÑO

■ Elena Sánchez

El sector de la quinta gama está cada vez más en auge y las empresas emplean sus productos para darles un valor añadido. En este sentido, en la provincia de Alme-

ría existen diferentes preparados creados a partir de tomate y que ofrecen sabores y texturas distintas aptas tanto para presentar como entrantes o para acompañar con un segundo plato. Así, empresas como La Gergaleña están montadas en este proyecto desde hace varios años con el fin de crear productos con una calificación de 'gourmet' y que se vendan exclusivamente en tiendas especializadas o grandes superficies.

El primero de los productos cre-

ados es la mousse de tomate, un especial acompañante recomendado para fondear platos de pescados, carnes y aperitivos. Su valor nutricional es apto para cualquier amante de esta hortaliza. A continuación cabe destacar el tomate frito, un producto de textura suave y propio para usar como salsa base, especial para pastas, pescados, carnes y huevos.

Finalmente, en la oferta de V gama se encuentra otra de las joyas de la provincia almeriense

como es la crema de tomate, un preparado excelente para canapés, tartaletas, aperitivos y huevos revueltos.

La elaboración de estos productos se lleva a cabo a través del sistema de cocción con atmósferas de vapor que proporciona a estos alimentos un amplio carrusel de sabores naturales aportados por los productos cosechados en las fincas almerienses y seleccionados en su momento de maduración para ser transformados. A

continuación, una vez llenado el producto, pasa por el túnel de vapor para proceder al cerrado del bote, que se hace a una temperatura aproximadamente de 80 grados centígrados, para pasar directamente al proceso de esterilización. Éste consiste en un tratamiento a altas temperaturas en Autoclaves Automatizadas. Los tarros se dejan enfriar dentro del autoclave con la mayor rapidez para así prevenir una sobrecocción del producto.

## TOMATE

Por sus características, el tomate es uno de los productos que mejor se adaptan a la elaboración de alimentos de quinta gama. Y es que, gracias a su ciclo productivo que permite tener género durante todo el año y a sus ventajas, las entidades emplean el tomate para crear productos de quinta gama que aporten un mayor valor añadido a esta hortaliza almeriense. Asimismo, este fruto permite elaborar una amplia gama de productos elaborados de forma tradicional y artesanal.

El gazpacho es otro de los productos más demandados por los consumidores y que también está elaborado con tomate y a través de la técnica de la V gama. El fin de estos productos es ofrecer alimentos ya preparados para su consumo y de calidad para que los ciudadanos no tengan que perder tiempo, cuando no lo tienen, en hacer de comer.

## IDENTIFICACIÓN DE CARACTERES

## El genoma del tomate, centro de estudio de medio mundo

■ E. S. G.

El genoma del tomate es uno de los temas más estudiados en los últimos años debido a la importancia de esta hortaliza en la mayor parte del mundo. En este sentido, uno de los últimos proyectos que se están desarrollando consiste en el estudio sobre la genómica del tomate, denominado 'Esp-sol', que tiene como objetivo fundamental la identificación de los factores, genes y mecanismos que permiten mejorar la calidad del fruto. Para ello, se lleva a cabo la generación, identificación y caracterización de plantas del tomate afectadas con esos genes.

La relevancia de este proyecto, en el que el consorcio integrado por España, Estados Unidos, Ho-



■ Tomates. / FHALMERÍA

landa, Reino Unido, Italia, Francia, Corea, China, India y Japón lleva trabajando desde 2006, radica en el hecho de que esta hortaliza es la más extendida por todo

el mundo, además de ser la de mayor valor económico. En este proyecto colaboran 37 investigadores de nueve instituciones científicas y empresas y cuenta con un presupuesto de tres millones de euros para su desarrollo.

### MEJOR PRODUCCIÓN

La identificación de los componentes genéticos y medioambientales que inciden en la calidad de este fruto servirá para mejorar su producción. En concreto, este proyecto participa en el programa internacional de secuenciación del genoma del tomate, concretamente secuenciando el cromosoma 9, que es donde se encuentran la mayoría de los caracteres asociados a esta especie.

## I+D

## Tomates transgénicos, sin semillas y aconsejables para combatir el cáncer

■ E. S. G.

En los últimos años se están estudiando diferentes variedades de tomates con el fin de que sirvan para lograr combatir la enfermedad del cáncer. En este sentido, la Universidad de Almería, junto con el CSIC, el INIA y la Universidad Politécnica de Valencia desarrollaron hace unos años un tomate transgénico sin semillas consumo puede reducir las posibilidades de sufrir patologías cancerígenas.

Según informaron los expertos en este estudio, el nuevo tomate, creado mediante técnicas de manipulación genética, tiene el mismo peso y tamaño que los del cultivar original, según ha informado la universidad valenciana me-

dante un comunicado. Sin embargo, los nuevos frutos son "más sabrosos", presentan "más carne y menos pulpa" y no tienen semillas. El peso de los frutos, en torno a unos 90 gramos, hace que los tomates sean "totalmente adecuados para su comercialización".

El método de desarrollo se basa en la transferencia y expresión en plantas transgénicas de tomate del gen 'leafy' (LFY) de la 'Arabidopsis thaliana', una planta con flores blanquecinas que suele aparecer al borde de los caminos, y que es muy utilizada en biotecnología por la 'sencillez' de su genoma. Los frutos obtenidos a través de este nuevo método presentan, según sus creadores, un mayor contenido en azúcares y en licopeno.

LUCHA CONTRA LAS PLAGAS

# Koppert mejora los resultados en el control integrado del cultivo de tomate

EMPLEANDO TODAS LAS HERRAMIENTAS DE USO HABITUAL Y EL NUEVO PROGRAMA DISEÑADO POR LOS EXPERTOS SE ACABA CON LAS PLAGAS

■ José Esteban Ruiz

El equipo técnico y de investigación de Koppert España ha llevado a cabo un proyecto para mejorar el control integrado de plaga en cultivos de tomate, con la obtención de resultados esperanzadores para la implantación exitosa de este método respetuoso con el medio ambiente en producciones en las que aún no se ha conseguido el salto definitivo.

En el programa que han desarrollado se ha trabajado con el chinche depredador *Nesidiocoris tenuis* en sueltas de pre-trasplante. Los expertos han liberado insectos antes del trasplante del cultivo de tomate, hecho éste que ha mejorado la implantación



■ Antes del trasplante, el nuevo programa comienza a controlar las plagas.

posterior de la fauna auxiliar y sus funciones para acabar con las plagas. Desde el departamento técnico de Koppert explican que “se trata de un novedoso y fiable programa de control integrado para el cultivo de tomate en España, pero también fuera de las fronte-

ras nacionales ya que se ha implantado en superficies de producción de Agadir, en el sur de Marruecos”.

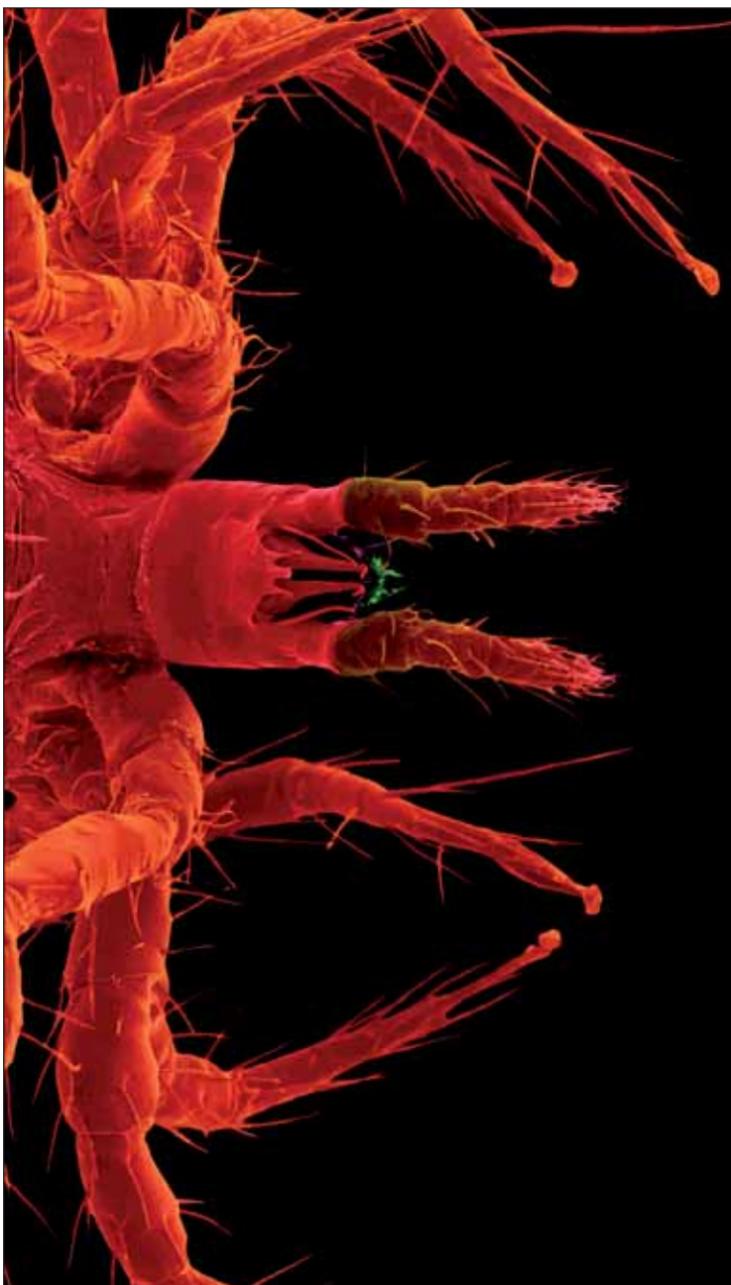
Los ensayos en sus primeras fases, es decir, en laboratorio y semicampo, avalaron su posterior traslado a fincas comerciales. En

esta fase, iniciaron la comparación de resultados con el anterior programa de control integrado empleado en anteriores campañas que consiste en fumigar durante las primeras semanas del cultivo con productos que en la mayoría de los casos no son respetuosos

con los auxiliares para después de un prudente plazo de seguridad liberar *Nesidiocoris tenuis*.

El nuevo programa se basa en realizar sueltas de *Nesidiocoris tenuis* en pre-trasplante en las instalaciones de semilleros o en los invernaderos mediante un aislamiento. “Este programa es fundamental para plantaciones cercanas al otoño y mejora al anterior porque adelantamos las sueltas y hay más población de *Nesidiocoris tenuis* antes de alcanzar las peores condiciones de otoño-invierno para el desarrollo e instalación del insecto auxiliar”, concluyen desde Koppert.

Entre las ventajas de este sistema de control integrado para tomate destaca la instalación más rápida de *Nesidiocoris*, así como la distribución y colonización más homogénea desde la primera semana; es decir, “mejor protección y control de Tuta, mosca blanca y el resto de plagas”, aseguran los investigadores de Koppert. Pero además, también supone un menor coste económico debido al menor empleo de insecticidas y un menor impacto de los plaguicidas sobre las poblaciones de insectos auxiliares por su mayor grado de concentración en el cultivo.



## 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](http://www.koppert.com)

## REFERENTE INTERNACIONAL

# Almería concentra la mayor zona de producción de tomate ubicada dentro del territorio nacional

LOS INVERNADEROS DE LA PROVINCIA HAN CULTIVADO ESTA CAMPAÑA CASI 900.000 TONELADAS CON UN VALOR DE 599 MILLONES

■ José Esteban Ruiz

La provincia de Almería se ha consolidado como las zonas nacionales de producción de tomate referente. En las últimas campañas la superficie dedicada al cultivo de esta hortaliza se ha situado cerca de las 10.000 hectáreas, la mayor parte bajo plástico, convirtiéndose de esta forma en el origen más codiciado por los mercados europeos. En la presente campaña, según los datos ofrecidos por la consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, el mal comportamiento en precios del inicio, durante los meses de septiembre, octubre y noviembre, y principios de diciembre, principalmente, ha quedado eclipsado por la mejoría experimentada con la llegada de 2010.

## MÁS PRECIO

Aunque el volumen de producción ha sido inferior al de la campaña anterior, el valor obtenido por el mismo se ha incrementado. Así, la responsable de la Junta confirmó que el descenso de la producción debido a las condiciones de clima acontecidas en los primeros meses del año había provocado un aumento de la cotización en origen que posteriormente



■ La producción de tomate cayó en volumen en la presente campaña. / FHALMERIA

se reflejaba en el precio medio estimado en su conjunto. Así, y a pesar de los bajos precios recibidos por el agricultor en la primera parte de la campaña, el precio medio recibido en la presente 2009-2010 a fecha de 30 de abril roza los 0,70 euros, 14 céntimos más que en el anterior ejercicio. En las últimas cinco campañas, según los datos aportados por la Consejería, esta ha sido la campaña en la que más valor medio ha obtenido el tomate, seguida de la 2006-2007 cuando registró un precio medio de 0,60 euros. El peor resultado cosechado en las

últimas cinco campañas se obtuvo en 2005-2006 cuando se obtuvo un precio medio por kilo de 0,5 euros.

## MENOS VOLUMEN

La producción final de este producto se situó en 858.621 toneladas, un 5,67% menos que en la anterior cuando superó las 900.000 toneladas cosechadas en la provincia. Este año, cabe destacar que la superficie cultivada de tomate también se ha visto reducida en relación al pasado año agrícola, situándose por debajo de las 10.000 hec-



■ El valor del producto aumentó un 17% en origen. / FHALMERIA

## DESARROLLO

### Las principales empresas de semillas trabajan en invernaderos almerienses

■ J. E. R.

El importante negocio que se genera en torno al cultivo de tomate ha generado la implantación progresiva de las principales casas de semillas en centros ubicados en la provincia. No en vano, las multinacionales más importantes del mundo desarrollan proyectos de investigación para

la obtención de nuevas variedades en territorio almeriense, valiéndose para obtener resultados de la realización de ensayos en las estructuras bajo plástico.

De esta forma, a la vez que referencia en el cultivo, se convierte la provincia en un foco de desarrollo e investigación que sirve como espejo a otras zonas de producción emergentes, con-

figurando un modelo agrícola único y completo en cada una de sus diferentes fases.

Al igual que en tomate, la provincia es un indicativo importante en otros cultivos, razón de más para que las empresas dedicadas al negocio de las semillas echen raíces en la zona y consoliden su posición cerca de sus potenciales clientes.

táreas. En total el valor al agricultor fue de 599 millones de euros, lo que supone un incremento del 17,68%, según las cifras facilitadas por la Consejería de Agricultura. Sobre el tomate, la consejera destacó “las buenas cotizaciones registradas desde enero a abril”. Además, argumentando el comportamiento registrado, aseguró que “ha influido la menor producción de zonas productoras que compiten con Almería en el

mercado”. Sobre este asunto, esta misma campaña, las adversas condiciones a las que se ha visto sometido el cultivo de tomate de la provincia también han azotado zonas de producción de Marruecos, uno de los principales países que compiten en estos momentos con Almería en la comercialización de esta hortaliza. De esta forma, se han visto reducidas las importaciones de tomate a la Unión Europea.

# Noticias

## ACUERDOS BILATERALES

# Un posible acuerdo entre Mercosur y la UE amenaza el cultivo de sandía y melón

LA LIBERALIZACIÓN DEL COMERCIO ENTRE AMBAS ZONAS SERÍA MUY PERJUDICIAL PARA LOS PRODUCTORES DE LA PROVINCIA

■ José Esteban Ruiz

En la última cumbre Unión Europea-Iberoamérica y Caribe celebrada en Madrid e impulsada por el Gobierno español en la recta final de su Presidencia de la UE, se ha debatido la posibilidad de liberalizar el comercio entre ambas zonas. Hasta ahora, las negociaciones se encontraban paralizadas. De esta forma, se retoman las conversaciones con vista a llegar a un acuerdo, que dadas las directrices iniciales que se potencian, los productores de melón, sandía y cítricos de la provincia serían los que se verían perjudicados más de prosperar en este sentido las negociaciones.

El balance comercial entre ambas zonas es negativo para los europeos. La mayoría de las operaciones que se realizan son importaciones, "de cada 20, 19", apuntan desde ASAJA-Almería. En total, "en 2009, las exporta-



■ El acuerdo permitiría la entrada libre en UE. / FHALMERÍA

ciones de la UE a Mercosur alcanzaron un valor de 904 millones de euros mientras que las importaciones procedentes de estos países ascendieron a 18.290 millones de euros", informan desde ASAJA. Así, de abrir fron-

teras en determinados productos o reducir aranceles en otros, "sólo perjudicaría a los agricultores europeos", advierten desde COAG-Almería. Principalmente, en la provincia, quedarían "muy perjudicados" con el

futuro éxito en este acuerdo bilateral, los productores de sandía y melón, pero también aquellos agricultores con explotaciones de cultivo de cítricos. El mayor volumen de productos agrarios procede de Brasil, el 75%, y

gran parte de ellos, como exponen desde las organizaciones agrarias, "son melón y sandía". De esta forma, los países que integran Mercosur podrían introducir mayor cantidad de estas frutas, incluso competir directamente con Almería, en el mismo periodo del cultivo local, aunque con la diferencia, como apuntan los responsables agrarios, de ofrecer un producto más barato.

La esperanza que mantienen es que las reticencias mostradas por los Estados miembros, una veintena, advierte ASAJA, paralicen nuevamente las negociaciones e impidan que se rubrique un tratado de libre comercio por el temor a un impacto negativo en el sector primario.

El concejal de Agricultura del Ayuntamiento de El Ejido, Jorge Viseras, ha mostrado su oposición y presentará una moción pidiendo a Europa y Mercosur que "peleen para aplicar el mecanismo de precios mínimos". De esta forma, con la implantación de este sistema de precios mínimos de entrada y una declaración como productos sensibles tanto de melón como de sandía, beneficiaría a todos.

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 Águlla - El Ejido - Almería

## JORNADAS

## Nunhems presenta sus variedades de California

■ J. E. R.

Más de 300 agricultores asistieron a la presentación de las nuevas variedades de pimiento California para la campaña de otoño de Nunhems en Semillero Los Crespos. La casa de semillas Nunhems, con el eslogan 'Una gran superproducción', quiere promocionar el cultivo estrella de la provincia de Almería, el pimiento. "Como si de estrellas de cine se tratasen, Mustang, Lotus y Daytona se convierten en los verdaderos protagonistas de la historia. Variedades California con un papel común, una gran



■ Jornada en Los Crespos.

superproducción de frutos por planta", apuntan desde la casa de semillas. La diferencia en cada una de las variedades es la época de transplante. Lotus y Daytona son las más tempranas, Mustang es más adecuada para el transplante en julio y Sebring es la más tardía y la novedad de Nunhems.

## UN REFERENTE HORTÍCOLA



■ El equipo de Monsanto reconoció la grandeza de la comercializadora ejidense. / FHALMERÍA

## La directora de Monsanto se interesa por la producción y comercialización de Agroiris

■ José Esteban Ruiz

La comercializadora ejidense Agroiris ha sido objeto de interés de la multinacional de semillas Monsanto Vegetales. Así lo hizo saber Consuelo Madere, directora general de la empresa, que llegada desde Estados Unidos, donde se ubica la central de Monsanto, no quiso desaprovechar su visita a la provincia de Almería para conocer en persona cómo funciona una de las empresas hortofrutícolas que comercializa mayor volumen de frutas y hortalizas.

La responsable de la casa de semillas llegó acompañada por un equipo formado por representantes de distintos departamentos comerciales de Monsanto Vegetales ubicados en distintos puntos de la geografía europea y americana. Allí fueron recibidos por el director comercial,

Juan Antonio Díaz Planelles, y miembros de su equipo para iniciar una visita en la que se le mostraría cómo se desarrollan las diferentes actividades dentro de un almacén hortofrutícola.

Así, Javier Díaz, comercial de Agroiris, ofreció al equipo de Monsanto todos los datos sobre la comercialización hortofrutícola que registran anualmente. Los 200 millones de kilogramos de productos con los que operan y la facturación superior a los 180 millones de euros despertaron el asombro de la directora general, quien alabó la importancia de la labor que realizan en Agroiris.

Consuelo Madere y el resto de responsables de Monsanto, contemplaron in situ cómo el departamento de calidad comprueba que la fruta se encuentra en su grado óptimo de maduración, y por tanto, certifica la viabilidad de su venta. Ni un sólo detalle se

escapó a tenor del entusiasmo con el que desarrolló el recorrido. A su conclusión, el equipo de Monsanto Vegetales y los responsables de Agroiris compartieron pareceres sobre el negocio de las frutas y hortalizas.

Consuelo Madere quedó altamente impresionada en su visita a Agroiris, principalmente, como destacó al final "porque nunca había visto tal volumen de sandías juntas". Para Monsanto Vegetales, destacó su directora general, Almería es una parte muy importante para el desarrollo del negocio de las semillas, por el volumen de productos que se cultivan en los invernaderos de la provincia. Asimismo, destacó que para la empresa, "España es muy importante para nosotros, uno de los principales países en los que desarrolla su actividad comercial Monsanto Vegetales".

## AGRUPAEJIDO Y ASSYCE GROUP

## La renta de los agricultores crecerá un 30% gracias a la energía solar fotovoltaica

■ Isabel Fernández

Los agricultores de la provincia podrán incrementar la rentabilidad de sus explotaciones hasta en un 30% gracias a las energías renovables. Así lo afirmaron desde la comercializadora hortofrutícola Agrupaejido tras cerrar un acuerdo con Assyce Group, empresa andaluza líder global en infraestructuras energéticas y que cuenta con proyectos de energías limpias en el mercado español y europeo, así como en otros muchos puntos del planeta. El objetivo no es otro que convertir la producción provincial en una auténtica in-

dustria que, según Agrupaejido, "posibilite una nueva revolución económica en la provincia de Almería". Y es que, según Ricardo García, director general de la alhóndiga, "el modelo de producción intensiva del campo almeriense debe actualizarse, debe reinventarse" y añadió que "el futuro de todos está en ello, el beneficio del campo está en el agricultor". En este sentido, señalaron que esta apuesta por las energías renovables se concretará en el diseño e instalación de invernaderos fotovoltaicos eco-sostenibles, que traerán consigo muchas y variadas ventajas.

## NOVEDADES

■ J. E. R.

Al gusto del consumidor. La comercializadora Agroponiente ha iniciado la venta de su última novedad en melón. Se trata de un producto al que han denominado 'Bombón de Agroponiente' que responde a la demanda de segmentación del producto en función del sabor en el actual mercado.

De esta forma, ponen al servicio de sus clientes el 'Bombón' categoría de oro, un pro-

## El 'Bombón de Agroponiente' ofrece un melón distinto con sus categorías de oro y plata para calar en todos los consumidores

ducto con un nivel de azúcar de más de 12 grados brix y escriturado de 70% y, por otra parte, un melón vinculado a una categoría de plata que cuenta entre 10,5 y 12 grados brix. De esta última categoría, el departamento de control de calidad exige que "los melones que cumplan con esa categoría de

dulzor tengan entre un 40 y un 70% de escriturado en su superficie", según informan desde Agroponiente.

Con esta marca, pretenden dar una respuesta directa a la demanda, pero también, mostrar su compromiso de calidad, basado en parámetros definidos previamente por la marca y la

empresa. Antonio Román, gerente de la subasta de Agroponiente, explica que "hemos querido plasmar una estructuración de nuestros melones en función del sabor y también del escriturado o aspecto de las piezas, incluyendo, además, el calibre dentro de las características de cada categoría. Así, nuestros

clientes saben en todo momento qué tipo de melón están comprando y, por supuesto, damos un paso más en la tipificación y clasificación, que no deja de ser uno de los aspectos en los que esta empresa ha sido pionera históricamente".

Antonio Escobar, director general de Agroponiente, ha valorado el lanzamiento del producto al mercado como "un avance importante para todos, tanto para la empresa como para nuestros clientes".

FRANCISCA IGLESIAS REELEGIDA SECRETARIA GENERAL

# Los agricultores asociados a PROA se afilian también a UPA-Almería

LA UNIÓN DE PEQUEÑOS AGRICULTORES ACABA DE CELEBRAR SU CONGRESO PROVINCIAL CON LA PRESENTACIÓN DE SUS NUEVOS SOCIOS

■ José Esteban Ruiz

El séptimo Congreso Provincial de UPA-Almería ha sido el escenario para la presentación en sociedad de los miembros de PROA, asociación de productores surgida en el seno de COEX-PHAL, como nuevo miembro de la Unión de Pequeños Agricultores. “La afiliación a UPA de los integrantes de PROA nos colocará como la primera organización agraria de la provincia y si se hace el trabajo bien podemos lograr muchos objetivos”, aseguró Francisca Iglesias, secretaria general de UPA-Almería. Precisamente, la responsable de la organización fue reelegida en su cargo en el congreso.



■ Nueva Ejecutiva de UPA-Almería tras el séptimo congreso celebrado en la UAL. / FHALMERÍA

La directiva provincial, en la que repiten muchos de los anteriores cargos, ha quedado configurada por seis hombres y seis mujeres. De esta manera, Roque García continuará ejerciendo las funciones de secretario de Organización y Finanzas. Además, el

resto de cargos han quedado configurados de la siguiente forma: Juan Cabeo, secretario de Agricultura; Rogelio Ortiz, secretario de Ganadería; Rosa Torrente, secretaria de Desarrollo Rural; Cristina Gea, secretaria de Igualdad; y en la secretaría adjunta, Justo

García, Dolores Sánchez, Soledad Martínez, Josefa Galera, Adolfo Guiar y Rafael Merlos.

Para Iglesias, “los próximos cuatro años son trascendentales para el futuro de la agricultura y la ganadería en el ámbito europeo”.

NUEVAS ENERGÍAS

## APROA: “El Gobierno discrimina al sector”

■ J. E. R.

La pretensión del Ministerio de Industria de modificar el régimen de la producción eléctrica mediante tecnología solar fotovoltaica, excluye, como denuncia la asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (APROA), la posibilidad de que éstas se instalen en invernaderos y balsas agrícolas, lo que limita la diversificación de la actividad agraria. La asociación de productores ha mostrado su oposición a los planteamientos iniciales del Gobierno, al considerar que se trata de un agravio comparativo que “permitirá que instalaciones para uso residencial o de servicios y otras industrias y comercios puedan producir energía y venderla a la red, y el sector hortofrutícola, con un alto consumo de energía, quede excluido de esta posibilidad”, explican desde APROA.



SERVICIO, CONTINUIDAD,  
RELACIÓN CALIDAD-PRECIO

pimiento



pepino



calabacín



melón



sandía



berenjena



tomate



## i + D

## CSIC

## La levadura calienta las plantas invernales

■ E. S. G.

Un grupo de investigadores del CSIC ha descubierto que las levaduras aumentan hasta en seis grados centígrados las plantas que florecen en invierno por el calor que generan cuando procesan el néctar de sus flores. Según ha adelantado la Junta de Andalucía, el director del proyecto ha confirmado ahora los procesos ecológicos que generan estos hongos unicelulares y ha demostrado por primera vez que “el metabolismo tan intenso” de la transformación de la sacarosa del néctar genera hasta cinco o seis grados centígrados de calor que permiten calentarse a estas plantas invernales. Asimismo, desde el CSIC se ha enfatizado “la potencialidad biotecnológica” de las levaduras y han señalado que a su conocida capacidad para fermentar sustancias se une la constatación de que también generan calor.

## IMIDA

## Las plantas podrían tolerar mejor la salinidad gracias al incremento de CO2

EL ESTUDIO SE ESTÁ REALIZANDO A TRAVÉS DEL IMIDA A ESCALA REGIONAL Y NACIONAL, SEGÚN FUENTES DE LA CONSEJERÍA DE MURCIA

■ E. S. G.

La Consejería de Agricultura y Agua de Murcia, a través del Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA), realiza durante los últimos años estudios a escala regional y nacional sobre el impacto en las plantas de un previsible aumento de CO2, según informaron fuentes del Gobierno regional en un comunicado. Según ha informado Europa Press en una nota, los primeros resultados muestran que el comportamiento de las plantas es afectado drásticamente por la concentración de CO2 especialmente bajo condiciones de estrés abiótico. Además, se estudian innovadoras prácticas de manejo de los cultivos para aumentar la eficiencia productiva bajo las nuevas condiciones climáticas. Así,



■ Plantas. / FHALMERÍA

según el director del IMIDA, Adrián Martínez, “en las regiones de clima semiárido, como la nuestra, el déficit hídrico estructural puede incrementarse debido al cambio climático”, y añadió que “la competencia por el agua entre los diferentes sectores productivos encarecería este recurso para el riego de manera significativa, máxime si tenemos en cuenta unos mayores costes energéticos, en el caso de tener que recurrir a des-

aladoras”. Otro de los objetivos fue disminuir aún más la transpiración para conseguir un mayor ahorro de agua. Algunas técnicas que utilizan antitranspirantes pueden originar una disminución de la fotosíntesis, y por tanto, “una nueva atmósfera con mayor concentración de CO2 podría superar estos inconvenientes, incrementando la eficiencia en el uso del agua en plantas con un potencial productivo superior”.

## NOVEDAD

## Variedad M7 de naranja con más calidad alimentaria

■ E. S. G.

El Club de Variedades Vegetales Protegidas ha informado del nacimiento de una nueva variedad M7 de naranja que garantiza la calidad, trazabilidad y seguridad alimentaria. De hecho, la diferencia de esta naranja con el resto no está sólo en su calidad organoléptica y momento de cosecha, sino que hay que destacar que ésta es la única variedad de naranja que desde el inicio va a ser cultivada seleccionando las parcelas con los mejores microclimas y condiciones para el cultivo de esta variedad y valorando, especialmente, el saber hacer de los agricultores.

Además, el modelo de identificación, gestión y control de la variedad M7 estará disponible a través de los principales marquisas españoles, en tiendas especializadas y grandes distribuidores europeos que premian la calidad y la selección.

## IFAPA

## Estudian los usos agrícolas de los residuos líquidos de las almazaras

■ E. S. G.

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, a través del IFAPA, va a realizar una investigación para determinar los posibles usos agrícolas de los efluentes líquidos procedentes de las almazaras y su importancia en la dispersión del hongo *verticillium dahliae* que produce la verticilosis, una de las enfermedades más dañinas en las plantaciones de olivar andaluzas.

Así, como primer paso, el IFAPA analizará el potencial agrícola de los residuos líquidos de 12 almazaras de la provincia de Córdoba y en función de los resulta-



■ Almazara. / FHALMERÍA

dos obtenidos, Agricultura no descarta hacer extensivo este estudio a todo el territorio andaluz.

En este sentido, el equipo de investigadores del centro IFAPA ‘Alameda del Obispo’ será el res-

ponsable de caracterizar la composición de estos líquidos procedentes del lavado de las aceitunas y en las almazaras de dos fases, evaluando su utilidad agrícola y estudiando sus efectos residuales sobre el suelo y el medio ambiente en general.

Una vez obtenidos los primeros resultados, se tiene previsto elaborar un protocolo para el correcto manejo de los mencionados efluentes en las almazaras y una guía de recomendaciones para uso agrícola. Este contrato cuenta con un presupuesto de 148.707 euros por parte de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía.

## NUTRIENTES

## Expertos ven la opción de que las judías sean una mejor fuente de hierro

■ E. S. G.

Un grupo de científicos del Servicio de Investigación Agrícola de Estados Unidos está estudiando la probabilidad de que las judías lleguen a ser una mejor fuente de hierro para los consumidores. De hecho, según los expertos, algunos de los estudios se diseñan para determinar cómo los productores de plantas y otros podrían aumentar la biodisponibilidad del hierro en las judías, es decir, la cantidad de dicho componen-

te que puede llegar a contener la judía para ser utilizada por el cuerpo humano. En este sentido, para descubrir más sobre la biodisponibilidad del hierro, los científicos desarrollaron una prueba que utiliza las células Caco-2 del intestino humano, ya que esta prueba provee una indicación de cómo el aparato digestivo reacciona a las judías y sus nutrientes.

Con todo ello, estas investigaciones beneficiarán a más de 2.000 millones de personas que tienen deficiencia en hierro.

CSIC

## Nuevos productos a partir de las cenizas de la biomasa energética

E. S. G.

Un grupo de investigadores de la Estación Experimental del Zaidín, en Granada, está estudiando reutilizar las cenizas procedentes de la biomasa residual con fines energéticos para obtener nuevos productos y materiales, contribuyendo al desarrollo sostenible de los sectores agrícola, ganadero, medioambiental e industrial. Según afirma Europa Press en una nota, entre los objetivos del estudio se encuentra comprobar su efectividad como fertilizantes para uso agrícola y evaluar la capacidad de esas cenizas como absorbentes en tecnologías de inmovilización de contaminantes orgánicos e inorgánicos del suelo, y en la descontaminación de aguas.

En este sentido, los investigadores han señalado que uno de los aspectos más interesantes del proyecto a su potencial como componentes de mezclas mine-



■ Un posible producto podría ser fertilizantes agrícolas. / FHALMERIA

ro-vitámicas para la alimentación de rumiantes. Así, según Rogelio Nogales, responsable del proyecto, “los resultados que se obtengan tendrán un carácter pionero y un inabundante beneficio para los sectores agrícola, ganadero y medioambiental; como también para el sector empresarial involucrado en el desarrollo de energías renovables,

que podrá valorizar un residuo”.

Este proyecto se comenzó con una financiación de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, de 381.668 euros. De hecho, los investigadores caracterizarán las cenizas mediante métodos físicos, mineralógicos, morfológicos y químicos; y analizarán los efectos de su aplicación sobre el suelo.

CADIZ

## Investigadores convierten el vino de Jerez en un nuevo aliado cosmético

E. S. G.

Un grupo de investigadores gaditanos ha llevado a cabo un estudio en el que se ha incorporado vino de Jerez a la lista de productos alimentarios que se utilizan como base de líneas de cosméticos para el cuidado de la piel. De hecho, el avance que se ha logrado ha sido la creación de una gama de productos para la hidratación, la exfoliación y la lucha contra el envejecimiento de la piel, denominada ‘Enocosmética Skinwine’.

Desde la Junta de Andalucía han informado que los primeros trabajos permitieron descubrir que los restos del vino de Jerez tienen una alta concentración de componentes químicos de elevado poder antioxidante, exfoliante e hidratante. Según el investigador

principal, también se descubrieron bitartratos en la etapa de enfriamiento del Jerez, así como levaduras con gran capacidad de regeneración celular en las cabezuelas, un resto del proceso de vinificación.

### PRUEBAS

Una vez detectadas todas estas sustancias, el laboratorio comenzó a hacer pruebas de distintos productos para la piel y se realizaron estudios clínicos con voluntarios para comprobar si el resultado era eficaz. Con ello, el director del proyecto ha comentado que las pruebas demostraron que el efecto de los nuevos cosméticos era inmediato y que lograba suavizar la piel y darle luminosidad. La salida al mercado se ha realizado siguiendo el concepto ‘cabin&home’.



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

## EVENTOS



■ Entre los participantes, constructores de invernaderos.

## Cuatro empresas de Almería muestran 'su saber hacer' al sector agrícola de Argelia

■ I. F. G.

Las empresas almerienses Construcción de Invernaderos Agro-Inver, Criado y López, Fundación Bahía Almeriport y Mip System Agro participaron del 16 al 20 mayo pasado en un encuentro comercial en Argelia, organizado por la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, a través de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA). El objetivo de este encuentro, según indicaron desde la Administración andaluza, era dar a conocer las ventajas y

calidad del saber hacer del sector de la industria auxiliar andaluza, en general, y almeriense, en particular, así como su modelo de éxito en un mercado de expansión como es el argelino.

Para ello, las empresas participantes, las cuatro almerienses y otras siete del resto de Andalucía, mantuvieron un centenar de entrevistas con importadores y agentes del sector agrícola argelino. Argelia figura como mercado prioritario dentro del Plan Estratégico para la Internacionalización de la Empresa Andaluza 2007-2010.

## EN EL FUTURO

## El Plan de la Agroindustria permitirá crear empleo de calidad en toda Andalucía

■ I. F. G.

La consejera de Agricultura y Pesca de la Junta, Clara Aguilera, afirmó que, gracias al 'Plan Estratégico de la Agroindustria Andaluza. Horizonte 2013', este sector podrá alcanzar una "mejor posición" que le permita ser más competitivo y, a su vez, crear empleo de calidad y puestos de trabajo no deslocalizables, que contribu-

yan a mantener la población en las zonas rurales.

Aguilera hizo estas declaraciones durante una comparecencia en el Parlamento, donde explicó los entresijos de este Plan. Asimismo, afirmó que "se trata de un proyecto ambicioso" y, sobre todo, necesario para "unas cooperativas y empresarios con mucha capacidad, pero que tienen debilidades conocidas por todos".

## LOGÍSTICA

## El sector busca abrir nuevos mercados a través del aire

LA CÁMARA, JUNTO CON AENA Y CLASA, CELEBRÓ UNA JORNADA EN LA QUE ANALIZÓ LOS REQUERIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN AÉREA

■ Isabel Fernández

La Cámara de Comercio de Almería, junto con AENA y Clasa, celebró, recientemente, una jornada destinada al análisis de la viabilidad de la exportación hortofrutícola vía aérea. De este modo, bajo el título 'Modo aéreo: una alternativa para alcanzar nuevos mercados', en esta jornada se mostraron los requerimientos básicos de la cadena logística del modo aéreo y, además, se expusieron las experiencias obtenidas en otros aeropuertos del transporte de productos perecederos.

En este sentido, el director gerente de la Cámara de Comercio, Fernando Ruano, explicó que el objetivo fundamental era dar "respuesta a una serie de objetivos e iniciativas tendentes a la mejora de la competitividad empresarial"



■ Durante la presentación de la jornada. / FHALMERÍA

y, para ello, indicó que la internacionalización del sector es "un pilar fundamental".

Teniendo esto en cuenta, la viabilidad del transporte de hortalizas vía aérea facilitaría, por un lado, la apertura de nuevos mer-

cados de destino y, por otro, aprovechar las oportunidades ya existentes en otros mercados como los de Oriente Medio, Japón o Suramérica. Esto significaría, sin lugar a dudas, un gran avance en la exportación hortícola.

## CENTRO TECNOLÓGICO DE LA INDUSTRIA AUXILIAR DE LA AGRICULTURA-TECNOVA

## Analizan los efectos secundarios de fitosanitarios sobre los 'bichitos'

■ I. F. G.

El Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA inició a finales del pasado 2009 un estudio con el que pretende evaluar el efecto secundario de determinadas materias activas y productos de origen natural, de los que no se dispone de datos en la actualidad, sobre las especies más representativas de enemigos naturales que se están introduciendo en los cultivos hortícolas bajo abrigo. Este estudio, enmarcado en el proyecto 'Optimización del control de plagas en cultivos hortícolas', está cofinanciado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio con Fondos FEDER, dentro del régi-



■ Insecto auxiliar. / TECNOVA

men de ayudas para Agrupaciones Empresariales Innovadoras.

Desde 2007, según recordaron desde TECNOVA, se emplea la

lucha biológica, sin embargo, como medida de corrección, sigue existiendo la necesidad de emplear ciertos productos fitosanitarios. Teniendo esto en cuenta, y aunque hay datos acerca de los efectos secundarios de dichos productos sobre la fauna auxiliar, para el Centro Tecnológico almeriense, "es importante completar dicho conocimiento con respecto a productos fitosanitarios de reciente introducción".

Para ello, explicaron, "se realizará un estudio en condiciones de semicampo en un invernadero experimental". El cultivo elegido, añadieron desde TECNOVA, "es el tomate y se estudiarán los efectos directos sobre los enemigos naturales".

# Universidad

## CONVENCIÓN

# Savia Biotech promociona en Chicago el sector biotecnológico y la función de sus laboratorios

LA SPIN OFF DE LA UAL HA PARTICIPADO EN LA 'BIO CONVENTION CHICAGO 2010', DONDE HA CONTADO CON UN STAND PROPIO

■ Elena Sánchez

La spin off nacida de la Universidad de Almería, Savia Biotech, ha participado en la Bio Convention Chicago 2010 con el fin de promocionar el sector biotecnológico, así como para mostrar al mundo el funcionamiento de sus laboratorios, además de tener contactos con importantes compañías del mercado internacional.

Savia Biotech es una de las pocas sociedades españolas que accedió al partnering, en la que mantuvieron más de 20 reuniones con empresas de Israel, Canadá, India, Japón, Italia y EE.UU. Además, asistieron a la conferencia ofrecida por los ex presidentes de los Estados Unidos. Las ponencias se cerraron en

el futuro de la biotecnología y diversas cuestiones económicas. En este sentido, Joaquín López, director comercial de la entidad almeriense, ha mostrado una gran satisfacción por los logros conseguidos en este encuentro. "Consideramos un éxito rotundo, tanto las negociaciones alcanzadas con las empresas de gran experiencia en el mercado internacional, como el stand propio que se situaba en la Biorregión de Andalucía, dentro del Pabellón de España".

## DESARROLLO DEL SECTOR

La convención internacional de Chicago destaca como un encuentro para el desarrollo y la promoción del sector biotecnológico dividido en varias biorregiones. Savia Biotech contó con un stand propio en la biorregión de Andalucía, dentro del pabellón de España, que organizó el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).



■ Stand de Savia Biotech durante la Bio Convention Chicago 2010. / FHALMERÍA

## COMPETICIÓN INTERNACIONAL

# Un alumno de la UAL logra el primer premio en 'Agrotech 2.0'

■ E. Sánchez.

José Antonio Cantón, estudiante de la Universidad de Almería, junto a dos compañeros internacionales, ha logrado el primer premio en la Segunda Competición Internacional de Robótica aplicada a la agricultura, evento organizado por la Universidad Politécnica de Madrid. En concreto, se trata de un concurso de robótica aplicada a la agricultura. Así, la competición consistía en darle solución a un problema agrícola, en este caso, simular una abonadora de sandía. De hecho, José Antonio Cantón ha explicado que "esta abonadora debía construirse con Lego Mindstorms, que nos prevee de una 'minicpu' a la que podemos conectar hasta 3 motores y 4 tipos distintos de senso-



■ Jose Cantón (centro) junto al resto del grupo ganador. / FHALMERÍA

res". El sistema de puntuación del concurso fue en relación al número de sensores implementados, así como motores, conexión de bluetooth entre varias CPUs, líneas de código, capacidad de detección de sandías y comunicación con el operario.

## CIRCUITO

Con ello, el ganador del premio ha comentado que "el robot debía recorrer las tres plantas solventando problemas como la caída desde un precipicio, evitar los árboles o detectar la rampa para subir a más velocidad, ya que el robot completo con la abonadora y el arroz usado para simular el abono subían considerablemente el peso del robot haciendo más difícil subir cuestas". Asimismo, el robot, además de recorrer las tres plantas, debe ser capaz de detectar las zonas de trabajo y ponerse a detectar sandías sin desplazar éstas ya que si no, se estaba simulando el arranque del fruto.

Son varias las características que han llevado a que este robot haya resultado el ganador. Y es que entre las ventajas más importantes destacan la implementación de la conexión bluetooth; implementación de la concurrencia entre minicpus; implementación de sistema de navegación y trabajo en el mismo programa; aviso mediante zumbidos de contacto con muro; activación del robot mediante silbido; e implementación de un brazo para la ampliación del alcance.

## RECONOCIMIENTO

Para el ganador, José Antonio Cano, lo mejor de todo es "la huella importante que hemos dejado de la Universidad de Almería y de la formación que tenemos en la provincia en temas relaciones con el sector agrícola. Además, con este premio hemos hecho ver que Almería es la provincia más preparada y que más está innovando en técnicas de mejora para el campo".

# Ganadería

## FINANCIACIÓN

### Aguilera abre el plazo de solicitud de ayudas para la ampliación de préstamos

■ R. V. A.

La Consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, ha abierto el plazo de solicitud de las ayudas relativas a la ampliación de períodos de amortización de préstamos ganaderos, así como el acceso de nuevos créditos con el fin de inyectar liquidez y facilitar el acceso a la financiación del sector agrario.

La Orden se publicó el pasado 30 de abril en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA), por lo que ya es oficial. Esta contempla dos líneas de ayudas. Por una parte, la subvención de los intereses correspondientes a la ampliación de dos años más del período de carencia de los préstamos ganaderos de los sectores ovino y caprino, bovino de carne, porcino y cunícola solicitados en 2008. Concretamente, las solicitudes para estas ayudas, cuyo montante total es de 4,5 millones de

euros, pudieron presentarse en las Oficinas Comarcales Agrarias (OCA), delegaciones provinciales o Consejería, hasta el 29 de mayo.

La segunda línea de ayudas se refiere a la subvención del coste de la comisión de estudio del aval de nuevos préstamos para el sector primario de la agricultura y la ganadería. Como novedad, el importe del préstamo también podrá destinarse a la financiación de circulante y tendrá una duración máxima de cinco años, incluido un año de carencia, con importe de hasta 50.000 euros. El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) es el encargado de subvencionar el coste de gestión de ese aval, cuyos préstamos podrán solicitarse hasta el próximo 12 de julio.

Las ayudas se enmarcan en el Plan de Medidas de Gobierno y Junta para la Mejora de la Financiación del Sector Agrario.

## ACTIVIDADES

### La Feria del Ganado atrajo a muchos visitantes a Albox

EL ALCALDE DE LA LOCALIDAD, JOSÉ GARCÍA, ESTÁ MÁS QUE SATISFECHO POR LA BUENA ACOGIDA QUE HA TENIDO EL EVENTO

■ Rafa Villegas

La Asociación Amigos del Caballo, en colaboración con el Ayuntamiento de Albox, han organizado, una vez más, la ya tradicional Feria del Ganado. El día elegido fue el pasado 9 de mayo y es destacable la elevada participación de personas procedentes de varios puntos de la provincia almeriense y provincias cercanas.

Como cada año, la Feria se ubicó en la Rambla de Albox. Los protagonistas de la feria fueron, sin lugar a dudas, los animales. Más concretamente, el acontecimiento estuvo protagonizado por treinta caballos y yeguas, veinte burros, diez ponys,



■ Grandes y pequeños disfrutaron de la muestra. / FHALMERÍA

así como siete mulas. Tanto pequeños como mayores disfrutaron de la exposición, que ya es todo un clásico para el municipio albojense.

La Asociación Amigos del Caballo se ha mostrado muy satisfecha de cómo ha ido todo y ha

recalcado que uno de sus objetivos es "mantener la celebración de esta feria y fomentar este tipo de actividades". El Ayuntamiento apuesta por seguir colaborando con el evento, que se celebra cada año el 1 de noviembre y el 9 de mayo.

## AVANCES

### Mejora genética de razas ganaderas a debate en una Jornada del Ministerio

■ R. V. A.

Pese a que la selección genómica, al menos en la actualidad, se ha centrado muy especialmente en el ganado vacuno lechero, en vistas de una extensión a otras razas bovinas de aptitud cárnica, así como a otras especies, el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) organizó una jornada técnica sobre genética animal.

La encargada de inaugurar la jornada fue la subdirectora general de Conservación de Recursos y Alimentación Animal del MARM, Isabel García. Y es que, cabe destacar la apuesta que están haciendo desde este Ministerio por este

tipo de avances que, sin duda, vienen muy bien a criadores de animales de raza pura de toda España, así como a investigadores de universidades, centros de investigación y comunidades autónomas.

Desde el MARM han resaltado que "en las últimas décadas, el conocimiento de la secuencia genética de los seres vivos ha abierto un campo de trabajo muy importante, no sólo para los genetistas, sino también para determinados sectores productivos como la ganadería o la agricultura".

La selección genómica consigue un significativo avance en la ejecución de los programas de mejora de las razas, aumentando la selección.

## MODERNIZACIÓN

### La Junta facilita la gestión online de las explotaciones ganaderas

■ R. V. A.

Los ganaderos internautas están de enhorabuena. Y es que, la consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, ha presentado dos nuevas aplicaciones informáticas que les permitirán la gestión online de sus explotaciones ganaderas, además de suponerle un ahorro considerable, tanto de tiempo como de dinero.

La primera de ellas es la nueva Guía Telemática de Andalucía (GTA), que cuenta con las mismas garantías del estado sanitario de los animales que se van a vender que la guía en papel, y su éxito se ha constatado a través de un período de prueba de cuatro meses. En el mismo han participado voluntariamente 30 ganaderos, que han lle-



■ Presentación. / FHALMERÍA

gado a expedir unos 800 documentos de traslado.

Por otra parte, la otra aplicación es 'Libr@'. Esta permitirá al ganadero descargar y mantener actualizado, en formato digital, el Libro de Registro de su

explotación. Para Aguilera, "este libro automatizado se revela especialmente útil en aquellas especies que tienen una identificación individual, como son la ovina, caprina y bovina, y se ha probado consultando a ganaderos representativos de estas cabañas, con una valoración global bastante satisfactoria".

## VENTAJAS

Para la consejera Clara Aguilera, además, "las nuevas utilidades, incorporadas a la plataforma telemática 'Siggannet', permitirán a sus usuarios realizar, en cuestión de minutos, los trámites reglamentarios desde su propia casa o cualquier punto con acceso a Internet, evitando tener que desplazarse hasta su Oficina Comarcal Agraria".

# Agricultura en la red

## EN LÍNEA

### [www.gourmetmadrid.com](http://www.gourmetmadrid.com) Potencia el ocio y el turismo gourmet de la región madrileña

www.gourmetmadrid.com se presenta como la primera oferta de Internet dedicada al ocio y al turismo gourmet en la Comunidad de Madrid, combinando vino, gastronomía y cultura para disfrutar descubriendo sus sabores y su historia. Gourmet Madrid se convierte así en la única iniciativa empresarial especializada en ofrecer actividades que exploten la riqueza vinícola y gastronómica de las distintas comarcas de la Comunidad, en una puesta en valor de su trascendencia histórica. Gourmet Madrid apuesta por la calidad y el reconocido patrimonio artístico-cultural de la comarca, olvidado por los lugareños que se decantan a favor de otros destinos con más renombre de marca pero que no de historia o calidad.



■ Vista de la página de inicio de la Web. / FHALMERÍA

## EN BREVE

### [www.mercadosmunicipales.es](http://www.mercadosmunicipales.es) El espacio que ofrece la evolución de los precios de alimentos frescos para consumir

Mercasa ha puesto en marcha su nueva Web con el objetivo de convertirse en un punto de encuentro de todos los colectivos, empresas, comerciantes e instituciones que han actuado en torno a los mercados municipales minoristas. La Web desarrollada con la colaboración del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

### [www.bioforus.com](http://www.bioforus.com) La primera plataforma digital líder del sector al servicio de la agricultura ecológica

En el año 2003 nació esta página Web que se creó con el fin de ofrecer todo tipo de servicios a las empresas y profesionales del sector de la agricultura ecológica. Bioforus cuenta con enlaces para agricultores, ganaderos, apicultores o consumidores en los que se puede obtener todo tipo de información al respecto.

### [www.agromaquinaria.com](http://www.agromaquinaria.com) La bolsa virtual para la gestión de compra-venta de maquinaria agrícola de ocasión

Agromaquinaria es un portal vertical especializado en contactar la oferta y la demanda de la maquinaria agrícola y ganadera de ocasión, ejecutando acciones B2B, B2C, y C2C y ofrecer todos los servicios añadidos al sector, como financiación de la maquinaria, seguros, contenidos del sector, información de subvenciones, tasación de vehículos o información para la importación.

### [www.agroes.com](http://www.agroes.com) Toda la actualidad agrícola, ganadera, ferias y caza en un espacio a través de Internet

Los amantes y trabajadores del sector primario a nivel andaluz cuentan con una página Web en la que podrán estar al día de cada uno de los asuntos que ocurran alrededor del campo. Además, podrán conocer las ferias más próximas, temas científicos, de medio ambiente o internacionales con el fin de innovar en cada momento.



■ El fin es internacionalizar el producto. / FHALMERÍA

### [www.iloveaceite.com](http://www.iloveaceite.com) Nace una nueva plataforma por Internet para difundir el aceite

www.iloveaceite.com es una nueva plataforma por Internet para la comercialización e internacionalización del aceite de oliva virgen extra y la promoción y difusión del valor de la cultura común del olivo, que ha sido presentada en Jaén. La plataforma ofrece una tienda "fácil, navegable, intuitiva, que además permite identificar perfectamente todos y cada uno de los productos ofertados", según ha asegurado Fernando Ortega, abogado y empresario, promotor de la idea. Esta dirección está pensada para ser utilizada en cualquier país del mundo, por lo que incorpora diferentes sistemas de pago y permite al visitante o al consumidor conocer perfectamente el producto que adquiere, su origen o cualidades.

**fhalmería**  
Revista Agraria Mensual de la Provincia de Almería

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

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

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

# Legislación

## REDUCCIÓN DE MÓDULOS



■ Hace dos campañas, los agricultores protagonizaron diversas manifestaciones. / FHALMERÍA

## El Gobierno decide ampliar las deducciones fiscales para el ejercicio de la renta 2009

■ Isabel Fernández

El Gobierno escuchó, finalmente, a las organizaciones agrarias y decidió ampliar las deducciones fiscales para el ejercicio de la renta de 2009 también a los apicultores. De este modo, los productores de colmenas podrán aplicar un índice de rendimiento neto del 0'18 en su próxima declaración de la renta, salvo los que tengan sus explotaciones en los municipios de Turre y Mojácar. Para éstos, el módulo ha quedado fijado en un 0'13, ya que sus explotaciones fueron pasto de las llamas el verano pasado.

Desde las organizaciones agrarias valoraron la medida adoptada por el Ejecutivo y publicada ya en el Boletín Oficial del Estado

(BOE), junto con el resto de deducciones excepcionales previstas para este año. Y es que la climatología adversa del pasado 2009 hizo que se perdiera parte importante de las cosechas de la provincia, no sólo de hortalizas, sino de almendro o cítricos.

### NUEVOS 'MÓDULOS'

Las hortalizas cuentan en esta campaña con una reducción excepcional del módulo, que pasa del 0'26 al 0'20. También los cítricos tendrán que aplicar un índice de rendimiento neto del 0'20, salvo para aquellas explotaciones de los municipios de Turre y Mojácar, donde el módulo cae hasta el 0'05. En el caso de las extensiones de frutos secos del Alto Al-

manzora y Los Vélez, el módulo ha quedado establecido en el 0'13, mientras que para los agricultores cuyas explotaciones se ubican en Turre y Mojácar, el módulo cae hasta el 0'05.

Por otro lado, plásticos y fertilizantes también han conseguido deducciones fiscales para el ejercicio de la renta de 2009. En este sentido, desde COAG, su secretario provincial, Andrés Góngora, explicó que "el plástico empleado para la solarización y otras actividades que tiene una textura muy fina y que se amortiza en un año va a contar con una deducción de módulos del 15%, así como el consumo de fertilizantes". Los daños de difícil justificación tendrán una deducción del 5% en las declaraciones directa e indirecta.

## DESDE EL 1 DE MAYO

### Ya se puede solicitar la devolución del IEH este año

■ I. F. G.

Desde el pasado 1 de mayo, y con carácter excepcional para el año 2010-el plazo para años sucesivos será desde el 1 de abril-, los agricultores pueden solicitar la devolución del Impuesto Especial de Hidrocarburos (IEH). La solicitud, según explicaron desde el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), deberá presentarse de forma electrónica, a través de la Agencia Estatal de Administración Tributaria. Para



■ Maquinaria. / FHALMERÍA

ello, los solicitantes deberán estar en posesión de las facturas acreditativas de cada uno de los suministros que se incluyan en su solicitud y guardar esa documentación durante los próximos cuatro años.

## SUBVENCIONES

### Los agricultores ya pueden tramitar las ayudas para la 'modernización express'

■ I. F. G.

Los agricultores ya pueden tramitar sus solicitudes para las ayudas dirigidas a la modernización de explotaciones no adscritas a un plan empresarial. El Boletín Oficial del Estado (BOE) del pasado 12 de mayo publicó las bases reguladoras para acogerse a la línea de ayudas conocida popularmente como 'modernización express'. Estas subvenciones, según explicaron desde COAG-Almería, ascienden hasta los 80.000 euros y el único requisito para

acceder a ellas es ser titular de la explotación agraria y que ésta esté ubicada, al menos en un 75%, en la Comunidad Autónoma andaluza.

Asimismo, la característica "más interesante" de esta línea, según COAG, es que no es necesario presentar un plan empresarial. Entre los conceptos subvencionables se incluyen la adquisición de nueva maquinaria y equipos, la construcción, adquisición o mejora de bienes inmuebles y los costes generales vinculados a conceptos como estudios de viabilidad.

## INVERSIONES

■ I. F. G.

Andalucía recibirá 20'5 millones de euros procedentes de los fondos nacionales para el desarrollo de las principales líneas de ayuda en materia agraria y pesquera. Así se acordó en la conferencia sectorial celebrada en Madrid a principios del mes de mayo y en la que participó la consejera andaluza de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera. De esta cantidad, una de las mayores partidas, en total, 2'2 millones de euros, se desti-

### Andalucía contará con 20'5 millones de los fondos nacionales para las principales líneas de ayudas agrarias y pesqueras

narán a la lucha contra las plagas de los cultivos, mientras que otros 3'4 millones, aproximadamente, irán dirigidos a la mejora del sector de los frutos de cáscara y las algarrobas.

Asimismo, de esta asignación de 20'5 millones, según indicaron desde la Administración andaluza, una partida de 1'5 millo-

nes se destinará a la financiación de intereses de los préstamos concedidos a titulares de explotaciones ganaderas por los daños ocasionados por la sequía y otras causas extraordinarias. Del mismo modo, otros 1'8 millones irán encaminados a la cofinanciación de la medida de transformación y comercialización en destino de los

productos de la pesca y la acuicultura.

Por otro lado, y según apuntaron desde la Junta, en lo que respecta a las ayudas a los sistemas de producción ganadera de razas autóctonas en extensivo, éstas contarán con una financiación de 2'1 millones de euros, mientras que para el fomento del asocia-

cionismo para la defensa sanitaria ganadera se destinará algo más de 1 millón. Por último, en los programas estatales de erradicación de enfermedades de los animales se invertirán 2'3 millones.

Por otro lado, junto a estos 20'5 millones, el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino asignó más de 26 millones del Presupuesto del Estado al Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA) para la ejecución del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía en 2010.



## 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*

# Medio ambiente

## NORMATIVA AUTONÓMICA

# La Junta da 'luz verde' a una Ley de Aguas que facilita el acceso a este recurso en la provincia

LAS COMUNIDADES DE REGANTES VALORAN LA NORMA Y ESPERAN QUE CONTRIBUYA A UN "REPARTO SOLIDARIO" DE ESTE PRECIADO BIEN

■ Isabel Fernández

La Junta de Andalucía aprobó, recientemente, la nueva Ley de Aguas, una norma que, según el delegado provincial de Medio Ambiente, Clemente García, va a suponer "un antes y un después en la gestión de un bien primordial y único como es el agua y que tanta importancia tiene en Almería". En este sentido, García afirmó que, con esta Ley, la provincia "va a poder tener acceso a más recursos hídricos, a través de los Bancos Públicos de Agua, que se van a encargar de regular que los excedentes de agua que haya en Andalucía se destinen a zonas que saben usar bien el agua y que la necesitan". La entrada en vigor de la nueva normativa traerá consi-



■ La Ley de Aguas prevé la creación de Bancos Públicos de Aguas para regular excedentes. / FHALMERÍA

go, además, la modernización de las infraestructuras hídricas en toda la Comunidad. Y es que, según explicó García, éste es uno de sus principales objetivos, "liberar recursos y que el agua no se convierta en un factor limitante de nuestro desarrollo sostenible".

De este modo, y en el caso concreto de Almería, el plan para la

mejora de estas infraestructuras contará con una inversión de 175 millones de euros y, según las previsiones iniciales, estará listo para el año 2015. Dentro de este plan, según explicó el delegado provincial, se ejecutarán aquellas obras que se consideren necesarias para "la mejora del ciclo integral del agua, es decir, de los ser-

vicios de abastecimiento, saneamiento, depuración y desalación en la provincia de Almería".

Por otro lado, la Ley de Aguas recién aprobada prevé la creación de comunidades de usuarios de las aguas subterráneas, con la intención de aprovechar mejor las aguas subterráneas. Unas aguas que, en el caso de Almería, supo-

nen la mayor parte de sus recursos hídricos.

## VALORACIONES

Por su parte, las comunidades de regantes valoran los avances que aporta esta normativa. De este modo, desde la Federación de Regantes de Almería (FERAL), su portavoz, José Antonio Pérez, afirmó que están "contentos" por la nueva Ley que recoge algunas de las alegaciones presentadas por los regantes almerienses.

Pérez insistió en que la norma debe garantizar las necesidades de agua de todos los andaluces y, para ello, será necesario "un reparto solidario del agua, conjugando la necesaria preservación de los recursos hídricos con las prioridades de reactivación económica y generación de empleo". Y es que, "con agua suficiente para las producciones hortícolas almerienses, se contribuye a que se siga compensando la balanza de pagos de Andalucía".

## JORNADAS

### La agricultura se "resentirá" por el cambio climático

■ I. F. G.

La agricultura se resentirá debido al cambio climático, puesto que otras latitudes europeas mejorarán su clima y, por tanto, podrán producir alimentos que ahora no cultivan, potenciando, de este modo, su sector primario. Así se afirmó durante las IV Jornadas Andaluzas de Periodismo y Medio Ambiente, celebradas en la provincia. En este mismo marco, Hermelindo Castro, director del Centro Andaluz de Estudio y Seguimiento del Cambio Global, presentó varios escenarios de futuro en los diferentes ecosistemas de la península, señalando que, a finales del siglo XXI, prácticamente toda la zona tendrá clima mediterráneo.

## INTERVENCIONES

### Medio Ambiente ultima las obras de la rambla ejidense de El Loco

■ I. F. G.

Las obras de restauración ambiental de la rambla de El Loco, en El Ejido, están llegando a su fin. Así lo indicaron desde la Delegación Provincial de Medio Ambiente, desde donde recordaron que esta actuación, que forma parte del proyecto que engloba la adecuación de la rambla de Las Aljibillas y cuyas obras ya han finalizado, tiene un presupuesto de 1'5 millones de euros.

Según apuntaron desde la Administración, el proyecto contempla el encauzamiento de la rambla, a su paso por Tarambana, a lo largo de casi 700 metros, de los que prácticamente la mitad, que transcurren a cielo abierto, están concluidos. Así, la zona en la que ahora se está actuando es la parte de la rambla que irá embovedada. Estas intervenciones permitirán que los márgenes queden



■ Intervenciones en la rambla ejidense, en Tarambana. / FHALMERÍA

habilitadas para el uso público, así como contribuirán a prevenir futuras avenidas de agua. Del mismo modo, el proyecto diseñado por la Consejería de Medio Ambiente prevé la restauración vegetal de la zona mediante la dis-

tribución de bosquetes mixtos con especies arbóreas y arbustivas, fundamentalmente, autóctonas y de ámbito mediterráneo a lo largo de más de 2.000 metros.

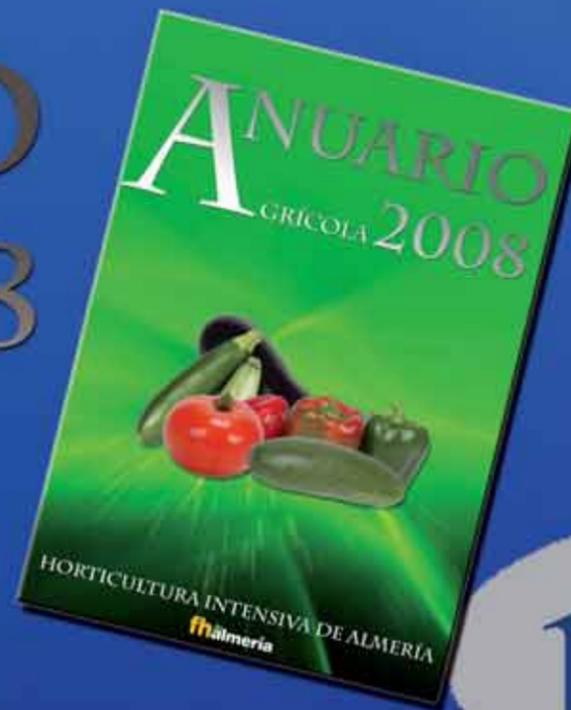
Por otro lado, y en lo que respecta a la rambla de Las Aljibi-

llas, ya se ha concluido el encauzamiento de casi 400 metros, así como la incorporación de un arroyo por su margen derecha, que se extiende a lo largo de 36 metros más.

El delegado provincial de Medio Ambiente, Clemente García, recordó que "la Junta de Andalucía, en colaboración con los ayuntamientos, está llevando a cabo en toda la provincia una serie de obras muy significativas, como es el caso de las que se están ejecutando en El Ejido". Estas intervenciones, apuntó, "permiten, por un lado, garantizar la seguridad en distintos núcleos de población en caso de que se produzcan avenidas como consecuencia de la caída de fuertes lluvias y, por otro, que esos cauces, bien en superficie o en márgenes, puedan albergar zonas verdes, de ocio, de recreo o deportivas".

Entre esas otras actuaciones llevadas a cabo en la provincia destacan, por ejemplo, las obras de adecuación de la rambla de El Pastor, en Vúcar. Esta intervención también incluía la plantación de especies arbóreas y arbustos autóctonos.

# ANUARIO GRÍCOLA 2008



15 €



# ANUARIO GRÍCOLA 2009

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

HORTICULTURA INTENSIVA  
DE ALMERÍA

**fhalmería**

# Marketing

## PROYECTOS

# Bodegas y estudiantes de diseño colaboran en la promoción del vino

**'D+V. DISEÑO Y VINO' ES UNA INICIATIVA DE LA JUNTA PARA PROMOVER LA INCORPORACIÓN DE LA IMAGEN EN LA CADENA PRODUCTIVA**

■ Isabel Fernández

Más de 60 empresarios almerienses del sector vitivinícola, empresas de diseño y estudiantes de la Escuela de Arte de Almería colaborarán en la incorporación del diseño en las bodegas. Para ello, recientemente, el Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) celebró una jornada denominada 'D+V. Diseño y Vino'. Esta jornada forma parte de una iniciativa regional destinada a crear un espacio de intercambio de ideas entre profesionales del diseño y empresas de los sectores más destacados de cada provincia andaluza, además de fomentar la incorporación del diseño en las empresas y alentar las vocaciones empresariales entre el alumnado de las Escuelas de Artes Aplicadas andaluzas.



■ La delegada de Economía, Sonia Rodríguez, junto a los ganadores en el diseño del vino. / FHALMERÍA

En el caso concreto de la provincia almeriense, el sector elegido para poner en práctica esta iniciativa ha sido el vitivinícola. De este modo, en la jornada se fomentó la realización de acciones conjuntas entre 23 empresas viti-

vinícolas, 20 empresas de diseño y 20 estudiantes de arte. Las 23 bodegas han sido seleccionadas por el personal técnico de la Red Territorial de Apoyo a Emprendedores, tras estudiarlas y diagnosticarlas, determinando, en

última instancia, las oportunidades de desarrollo que podrían derivarse de la incorporación del diseño a sus cadenas productivas.

Al mismo tiempo, según indicaron desde la Administración andaluza en un comunicado, los téc-

nicos de la Red detectaron en la provincia un total de 90 empresas de marketing, diseño y publicidad, de las que una veintena van a participar en la iniciativa.

## LLUVIA DE IDEAS

Por otro lado, y en el mismo marco de esta iniciativa, Andalucía Emprende celebró en Almería un concurso de ideas de negocio provincial al que concurrieron 20 iniciativas, de las que dos de ellas - una bodega que exhibe en sus instalaciones obras de arte y exposiciones itinerantes y una empresa que se dedica al diseño de la imagen general del vino en etiquetas, envases y embalajes- presentaron sus proyectos en la jornada 'D+V'.

Finalmente, los tres proyectos seleccionados en el concurso provincial de ideas fueron 'Vinoarte', presentado por Trinidad Herrera; 'Imacrea', de Gloria María Sánchez y 'Diseño Gráfico', de Eduardo Santilla, los tres alumnos de la Escuela de Arte de Almería. Con todos estos proyectos, se trataba de poner de manifiesto la importancia que la imagen y, en definitiva, el diseño, tiene para cualquier producto, más aún si se quiere que éste impacte en el consumidor final. En el caso de Almería, empresas y diseñadores trabajarán mano a mano en la promoción del vino.

## COEXPLAY

# Agroponiente difunde hábitos saludables entre los pequeños

■ I. F. G.

Grupo Agroponiente apadrinó recientemente su segundo colegio, dentro de la campaña de fomento de una alimentación saludable que impulsa COEXPHAL. De este modo, a principios del mes de mayo, el gerente de la empresa en la zona de Níjar, José Miguel Fresneda, realizó una visita al CEIP Concordia, en Campohermoso, donde, junto con el responsable de Marketing de COEXPHAL, Juan Fernández, un nutricionista y un especialista en dietética, instruyó a los más pequeños sobre cómo mantener una alimentación saludable, en la que frutas y hortalizas juegan un papel protagonista. Durante la charla, se trasladaron a los alum-



■ 'Apadrinados'. / FHALMERÍA

nos de este colegio los beneficios que se obtienen de un consumo mínimo de cinco piezas de frutas y hortalizas al día, así como se resolvieron todas las

dudas y preguntas que los escolares pudieran plantear. Asimismo, los pequeños pudieron participar en todas las actividades lúdico-formativas enmarcadas en Coexplay.

El CEIP Concordia de Campohermoso es el segundo centro apadrinado por Grupo Agroponiente. El primero fue el colegio Laimund, en El Ejido. De este modo, la empresa muestra su compromiso con la iniciativa Coexplay, puesta en marcha por COEXPHAL y la Asociación '5 al día', que busca transmitir a los más pequeños los valores de una alimentación sana. Los contenidos de esta campaña están disponibles, de forma interactiva, en la web creada al efecto para la iniciativa, [www.coexplay.es](http://www.coexplay.es).

## CULTURA AGRARIA

# El autobús del programa 'El campo y el mar' visita cinco colegios de la provincia

■ I. F. G.

El autobús del programa 'El campo y el mar' en la escuela andaluza ha vuelto a hacer escala en la provincia almeriense. Durante la segunda semana de mayo, este particular medio de transporte visitó cinco centros escolares de distintos puntos de la geografía almeriense, como pueden ser Cuevas del Almanzora o Serón. Una vez más, el objetivo no era otro que difundir la importancia del campo y el mar en los productos agroalimentarios y pesqueros y promover, de este modo, su consumo.

Para ello, alumnos de 5º y 6º de primaria de los distintos centros participaron de la mano de Lujita, la mascota de Calidad Certifi-

cada, en las distintas actividades que alberga este autobús, a través de las cuales pudieron descubrir aspectos relacionados con la cultura agraria y pesquera de Andalucía. Asimismo, gracias a concursos o juegos interactivos, se les enseñó a valorar e identificar los productos avalados por el sello Calidad Certificada.

Con este programa, puesto en marcha en 2007, la Administración andaluza busca, además de difundir la importancia de estos alimentos y fomentar su consumo, apoyar a la comunidad educativa en la difusión de la cultura agraria y pesquera andaluza, así como favorecer hábitos saludables entre los escolares. Para ello, nada mejor que conocer la Calidad Certificada.

# 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 a todas las personas que hayan superado el bachillerato, sea cual sea su edad, incluyendo a 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

#### El SEAE celebra en Lérida un congreso sobre agricultura ecológica

La Sociedad Española de Agricultura Ecológica (SEAE) celebra sus congresos científico-técnicos desde 1994, cada dos años, para intercambiar resultados y avances en investigación en agricultura, ganadería y alimentación ecológica, así como su contribución al desarrollo

del sector, conformando un espacio de diálogo y debate de los agentes del sector, generador de ideas y proyectos futuros. Desde hace 8 años, este intercambio se amplía al ámbito latinoamericano. Así, el congreso tendrá lugar desde el 6 hasta el 9 de octubre en Lérida.

### CURSO

#### IFAPA forma en la aplicación de plaguicidas

El Centro IFAPA de Córdoba celebra en Cabra y durante todo el 31 de mayo, un curso sobre aplicador de plaguicida en nivel básico. Es importante destacar la necesidad de este tipo de carnés para el agricultor, ya que la aplicación de plaguicidas en la agricultura aún sigue siendo vital para



la mayor parte de los cultivos. La fauna auxiliar se está implantando poco a poco, pero la necesidad de materias activas es aún muy alta. Por este motivo, este curso es uno de los más demandados por los agricultores andaluces.

### FERIA

#### Solar Power Expo 2010 llega a Zaragoza

Del 21 al 23 de septiembre, los profesionales del sector de las energías renovables podrán conocer de primera mano, en Zaragoza, las últimas tecnologías y proyectos solares creados por empresas nacionales e internacionales. Además, la sexta edición de Solar Power Expo 2010 será sede de la Conferencia Internacional de Ener-

gía Solar, un certamen que contará con la participación de cualificados tecnólogos y de organismos energéticos españoles. Solar Power Expo es un salón donde se dan cita los tecnólogos, promotores, inversores y las autoridades energéticas del territorio español para conocer las últimas novedades en productos y tecnologías.

### 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.

### PREMIOS

#### Convocada la VI edición del Galardón Andanatura al Desarrollo Sostenible en los Parques Naturales

Los espacios naturales protegidos de Andalucía son de gran valor natural integrados en una red que da protección jurídica a 1.700.000 has aproximadamente. Por ello, desde 2004, Andanatura ha convocado anualmente el Galardón An-



danatura al Desarrollo Sostenible, en los Parques Naturales que tenían aprobado su Plan de Desarrollo Sostenible. El principal objetivo de este premio es dar un reconocimiento público a las mejores acciones para el Desarrollo Sostenible.

# 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.

