



ESPECIAL Fruit Attraction

Todos a Madrid

Más de cuarenta empresas exportadoras de frutas y hortalizas almerienses intentarán hacer negocio en la Feria de IFEMA

Páginas 15 a 50



El sector espera que la feria madrileña se consolide en esta edición como la cita hortofrutícola del año en España. / IFEMA, Santi Burgos

ACTUALIDAD

Agroiris negocia la compra de Mayba y Campoalmería

Página 5

Los consejeros de Agricultura, dispuestos a pedir el rechazo del acuerdo UE-Marruecos

Página 6

La industria auxiliar, tema central de la próxima Expo Agro

Página 8

José María Planells cede la dirección general de Anecoop a Joan Mir

P. 21

CUMPLEAÑOS

Nunhems Semillas celebra su 25 aniversario en España

Página 37

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL

La consejera de Agricultura da todo su apoyo a ECOHAL Andalucía en su constitución

Clara Aguilera señaló a la nueva Federación como un interlocutor válido sin intermediarios

El pasado 11 de octubre quedó constituida la Federación de Asociaciones de Alhondiguistas de Andalucía con la firma de Granada, Almería y Málaga. En dicho acto la consejera Clara Aguilera felicitó a los em-

presarios que han decidido dar este paso y les animó a mantener una interlocución firme y dinámica con la Consejería de Agricultura, con el fin de que esta asociación se apoye en el trabajo de la Junta. **Página 3**



Opinión

TRIBUNA

Algo se mueve en el campo

■ José Antonio Gutiérrez



LA CONSEJERA,
CLARA AGUILERA,
ABRE UNA PUERTA
AL SECTOR
AGRÍCOLA
RECONOCIENDO A
ECOHAL
ANDALUCÍA SU
VALIDEZ PARA
MANTENER UNA
INTERLOCUCIÓN EN
FAVOR DE TODOS

las críticas no las encajan, dividen entre buenos y malos y están, algunos, muy interesados en ubicar a los buenos en un lado y a los malos en otro. Los amancebados también son un estorbo, porque ni aportan nada ni dejan aportar. Ser crítico no es malo, simplemente porque el tiempo da y quita la razón. La gestión se demuestra con los logros no con una sarta de fracasos que sólo dejan un reguero de proyectos muertos colgando de un nombre que sonó mucho en su día y sin ninguna efectividad.

Cuando parecía que todo estaba hecho y dicho, el campo vuelve a dar muestras de moverse en un sentido muy diferente al que han venido marcando algunos “cerebros” del sector hortofrutícola. El dato más relevante que me lleva a decir esto es el movimiento de concentración que se sigue registrando con la absorción y compra de empresas dentro del sector almeriense. Los movimientos efectuados en los últimos días por Agroiris (cerrando la adquisición de Campoalmería y negociado la compra de Mayba) da buena muestra de ello. Es una forma de concentración más. El objetivo es crear entidades de magnitud acordes con la gran distribución. La competitividad se está convirtiendo en el mejor escudo de las entidades solventes de la agricultura almeriense.

La Unión, con Gabriel Barranco (hijo) al frente, está expandiendo sus dominios hacia la vecina Granada donde negocia la compra de “Agrocarchuna”. A todo ello hay que añadir la excelente interpretación que las empresas almerienses están dando al concepto IV y V gama. Agroiris, Costa de Almería y La Unión desarrollan importantes proyectos para ampliar su oferta a los clientes de siempre.

A estas muestras de concentración hay que añadir los movimientos que se han producido en el asociacionismo agrario. La creación de la Federación de ECOHAL Andalucía es un paso muy importante para evitar la “colominadependencia”, tanto en HORTYFRUTA como en COEXPHAL. El salto de calidad que ha dado la asociación de los alhondiguistas ha sido espectacular. Gracias a ello otras referencias caducadas del sector van quedando en un rincón para compartir con ‘colegas’ y ‘amigotes’ (siempre habrá agricultores que paguen la cuota).

En tercer lugar, la actitud de la consejera de Agricultura, Clara Aguilera, disipando dudas sobre el protagonismo y representación en el sector hortofrutícola es otra muestra más de que la agricultura almeriense y la andaluza se mueven en un sentido diferente, con ganas de sobrevivir y buscar soluciones mejores que las que se han dado hasta el momento para el conjunto del campo.

Por otra parte, la compenetración de empresas almerienses y granadinas abre otra puerta muy importante al sector. En los últimos meses hemos podido comprobar que los problemas, in-

quietudes y reto de las comercializadoras de la costa de Granada son idénticos a los de Almería. Una vez que la autovía esté terminada ambas agriculturas estarán mucho más unidas y el resultado puede ser sorprendente.

La última referencia es para HORTYFRUTA. La consejera dijo en su visita a ECOHAL Andalucía que la Interprofesional tiene que solucionar algunos problemas para tener validez y ser más útil al sector. Estamos de acuerdo que eso debe ser así, pero no es menos cierto que en el seno de esa interprofesional



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

ASAMBLEA CONSTITUYENTE

La Federación de ECOHAL refuerza su interlocución con la Junta de Andalucía

JOSÉ MUÑOZ ES EL PRIMER PRESIDENTE DE LA AGRUPACIÓN QUE ABARCA EL TERRITORIO DE ALMERÍA, GRANADA Y MÁLAGA

■ José Esteban Ruiz

La Federación de Asociaciones de Empresarios Comercializadores Hortofrutícolas de Almería, Granada y Málaga que, hasta la fecha, caminaban en tres asociaciones diferenciadas, han celebrado en Motril la asamblea constituyente de la nueva Federación de ECOHAL. Tras el acto, contaron con el apoyo de la consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, que con su presencia, "amadrinaba la presentación oficial de la nueva etapa que se inicia en ECOHAL", valoró Alfonso Zamora, gerente de la Federación.

La primera presidencia será a cargo de José Muñoz, presidente de ECOHAL Granada; el vicepresidente será el responsable de la asociación en Almería, Juan Enrique Vargas; el tesorero es Adrián Picazo, gerente de Mercotril y para la secretaria se ha elegido a Gabriel Barranco, gerente de La Unión. La junta directiva queda completada con las dos vocalías, configuradas por el director comercial de Agroiris, Juan Antonio Díaz Planelles y Luis Miguel Salvatierra, presidente de ECOHAL Málaga. En otro de los puntos del día de esta primera asamblea, se ha dado paso al nombramiento del gerente, cargo que ocupará Alfonso Zamora. Asimismo, se ha aprobado un presupuesto inicial de 90.000 euros, según informó el gerente.

Los miembros de la Federación de ECOHAL solicitaron durante el acto que se comprometiese a dar relevancia a la agrupación como interlocutor para elevar a la Administración regional todos aquellos asuntos que les parezcan de interés para la mejora del sector hortofrutícola, ya que como apuntan desde ECOHAL "las últimas actuaciones legislativas de la Junta en relación a asuntos de comercialización de productos



■ Clara Aguilera, consejera de Agricultura con representantes institucionales y los miembros de la junta directiva de la Federación.



■ José Muñoz, presidente de la Federación ECOHAL. / FHALMERÍA

hortofrutícolas no son compartidas por esta Federación". Al respecto, sentenciaron que "consideramos que nos han dejado al margen en estas acciones".

Sobre la petición expresa de los empresarios, la consejera no dudó en comprometerse y aseguró que "el sector de alhóndigas de Andalucía refuerza su interlocución con la Junta con esta nueva Federación". Por tanto, esta experiencia de asociacionismo "con-

tribuirá a favorecer el diálogo sectorial", añadió Aguilera. Para la consejera, "ECOHAL jugará un papel importante en el marco de la interlocución para el desarrollo de diferentes normativas, estableciéndose una comunicación directa con un importante sector que genera riqueza y empleo, y que, en los últimos años, ha realizado importantes esfuerzos de concentración".

Entre otros asuntos, desde

ALGUNOS DATOS

Comercializa más de 1.350 millones de kilogramos

■ J. E. R.

La nueva Federación de Empresarios Comercializadores de Frutas y Hortalizas registra una venta total sumando la actividad de todos los socios, de 1.365 millones de kilogramos de estos productos. En total, según cifras facilitadas por la gerencia, facturan alrededor de 950 millones de euros. La superficie que cultivan los agricultores que confían en estas empresas supera las 20.000 hectáreas, más del 50 por ciento con certificación Global Gap y Producción Integrada. Asimismo, el tejido empresarial de ECOHAL genera hasta 5.500 puestos de trabajo.

ECOHAL informaron a la consejera de Agricultura de las iniciativas de la empresa dirigidas a concentra la oferta en origen. Entre otros proyectos, detallaron la última decisión de los agricultores de Agroiris de comprar Mayba, comercializadora con la que llevan trabajando desde hace cinco años, y Campoalmería, con el fin de utilizar las instalaciones para elaborar productos de IV y V gama, y así, diversificar su producción.

Clara Aguilera alabó estas iniciativas que se llevan a cabo en el seno de la Federación y animó a que sigan apostando por unificar la oferta en origen.

En su intervención Clara Aguilera informó a los miembros de ECOHAL sobre la situación actual del debate de la Reforma de la PAC y resumió algunas de las reivindicaciones del Gobierno andaluz a Bruselas, entre ellas, que se aumente el porcentaje máximo del valor de la producción comercializada, que sirve como referencia para cuantificar los fondos europeos que pueden recibir las organizaciones de productores para el desarrollo de sus programas operativos.

COEXPHAL

Más volumen y facturación el pasado año hortofrutícola

■ J. E. R.

La Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (COEXPHAL) facilitaba recientemente su balance de campaña a la Junta de Andalucía, aprovechando la visita que realizaba la delegada de Gobierno, María Isabel Requena y el delegado de Agricultura y Pesca, Juan Deus, a las instalaciones de la asociación almeriense. Desde la Junta esperan que los resultados de la campaña que acaba de iniciarse "sean los buenos resultados que se cosecharon en la anterior". Según las cifras que baraja la asociación de comercializadoras, la última campaña hortofrutícola alcanzó un incremento del 3 por ciento de la producción comercializada y un aumento del 6 por ciento en el valor, "gracias al buen comportamiento de los precios en los meses de invierno y primavera, que compensaron el mal inicio del otoño" explican los responsables de la Junta de Andalucía.

AVALES DE SAECA

Cajamar Caja Rural inyecta liquidez al sector agrario

■ J. E. R.

El Plan de Medidas para la Mejora de la Financiación del Sector Agrario puesto en marcha por el Gobierno central ha colocado a Cajamar Caja Rural como la entidad financiera que "más préstamos nuevos avalados por SAECA ha tramitado para mejorar la liquidez del sector agrario español", informan desde la entidad financiera almeriense. Cajamar participó en 1.584 operaciones, lo que representa uno de cada cinco préstamos nuevos otorgados en España, protagonizando el 30% del importe total de los créditos concedidos y en la entidad financiera española que más ha colaborado con el Ministerio para financiar al sector agrario".

MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD

El Plan de Modernización de la Junta y el MARM llegará a principios de año

TODAVÍA ESTÁN ELABORANDO LA ORDEN A TRAVÉS DE LA QUE SE REGIRÁ LA CONCESIÓN DE AYUDAS A MEJORAR LOS INVERNADEROS

■ José Esteban Ruiz

La celebración del 'Día de Holanda' en Almería contó con la presencia de María Isabel Salinas, secretaria general de Medio Rural y la Producción Ecológica de la Junta de Andalucía, quien centró su intervención en exponer la posición de la Consejería de Agricultura y Pesca sobre la mejora de la productividad en los invernaderos de Andalucía.

Sin duda, la Administración regional ha apostado firmemente por incentivar la modernización de estructuras, principalmente en la provincia de Almería y la Costa de Granada, como han reiterado en diferentes ocasiones. En estos momentos continúan ultimando los detalles de la normativa que regulará las ayudas a la modernización -distinta a la línea abierta cada año en la que participa el Ministerio de Medio ambiente y Medio Ru-



■ María Isabel Salinas, secretaria general del Medio Rural y la Producción Ecológica. / FHALMERÍA

ral y Marino. Todo indica, según las palabras de Salinas, que se podrán en marcha iniciado el próximo año.

María Isabel Salinas confirmaba que "la modernización irá sujeta a la utilización de energía renovable pero, en ningún caso, se ejecutará el plan sujeto a la incorporación de cogeneración". Para la responsable andaluza,

este sistema de generación de energía es compatible para explotaciones de otras zonas productoras, como "por ejemplo Holanda", pero "quizá por las características de la agricultura de Andalucía, este no sea el mejor sistema", afirmó la secretaria general del Medio Rural.

La competencia de países terceros, emergentes en el cultivo

de frutas y hortalizas implica una mejora del sector andaluz para seguir con fuerza en el mercado internacional. El plan de modernización anunciado está dotado para el territorio andaluz con 120 millones de euros, aportados al 50% por la Consejería de Agricultura y Pesca y el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

FORO EUROPEO DE LAS REGIONES HORTOFRUTÍCOLAS EUROPEAS

Aguilera solicita más fondos para las frutas y hortalizas en la futura Política Agraria Común

■ J. E. R.

La consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, participó en el Foro Europeo de las Regiones Hortofrutícolas, escenario en el que defendió una Política Agraria Común más fuerte después de 2013, con especial mención a los fondos destinados a las frutas y hortalizas. Aguilera exige que en la nueva reforma "no se reduzcan los fondos, y si es posible, se incrementen el presupuesto agrícola para estos productos". Este foro internacional tiene como objetivo defender los intereses de las zonas hortofrutícolas europeas ante Bruselas.

Clara Aguilera, destacó "la colisión de intereses y falta de coherencia" entre los objetivos de la PAC y la normativa de Defen-



■ Clara Aguilera junto a representantes de otras zonas europeas.

sa de la Competencia. Al respecto, la titular de Agricultura andaluza refirió que "a veces van en direcciones contrarias por lo que es imprescindible que la nueva Política Agraria Común se termine con esa contradicción, man-

teniendo su línea de apoyo a las producciones hortofrutícolas y evitando, de este modo, una pérdida de renta por parte de los agricultores".

Entre otros aspectos, Aguilera aboga por terminar con la asime-

tría entre gran distribución, cada vez más concentrada, y los productores; incluir herramientas válidas de prevención y gestión de crisis de precios; así como acciones para minimizar los efectos negativos que generan las relaciones comerciales de la Unión Europea y terceros países y fortalecer la figura de las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas.

Desde la Junta manifiestan que en este foro se pretende "concretar un posicionamiento común que, entre otras cuestiones, incida especialmente en la importancia de una política específica para el sector hortofrutícola dotada con los recursos adecuados para mejorar su competitividad y capacidad de adaptarse a los nuevos retos y exigencias planteadas por el mercado y los consumidores".

EN ASAMBLEA

Los agricultores de Agroiris han decidido cerrar la compra Mayba y Campoalmería

ACUERDAN REPARTIR 4,5 MILLONES DE EUROS ENTRE LOS SOCIOS FRUTO DE LA GESTIÓN DE AHORRO DE COSTES DE LA PASADA CAMPAÑA

CIA

Los socios de Agroiris han acordado comprar la empresa Mayba y las instalaciones de 'Campoalmería', ambas entidades ubicadas en el municipio de El Ejido. Asimismo, se acordó el reparto de cuatro millones y medio de euros a los socios, cantidad de dinero resultante de una bajada en los costes de manipulación y envasado de las hortalizas aportadas durante la pasada campaña.

En el caso de Mayba, estas negociaciones se habían iniciado con anterioridad fruto de la relación comercial existente entre ambas entidades. Durante casi cinco años de trabajo conjunto, la integración de las dos empresas ha sido tan positiva que ello ha llevado a los responsables de Agroiris a plantear la compra de la entidad.

En segundo lugar, la adquisición de las instalaciones de la sociedad 'Campoalmería' ha sido un asunto de última hora gracias a una oferta presentada a la comercializadora que dirige Juan Antonio Díaz Planelles. Esta oferta ha llegado cuando Agroiris estaba en pleno desarrollo de su plan para poner en marcha una empresa de IV y V Gama tal y como los socios acordaron en su día. La entidad ejidense estaba buscando dónde ubi-



■ Socios de la comercializadora en una de las asambleas celebradas. / FHALMERIA

car las instalaciones para este cometido cuando surgió la posibilidad de adquirir las mencionadas instalaciones de la familia Mateo.

Por tanto, con la decisión favorable de los socios, se retomarán las negociaciones tanto con la Junta Directiva de Mayba, como con los responsables de las instalaciones 'Campoalmería' para proceder a cerrar ambas adquisiciones.

Con este nuevo paso en el crecimiento en la empresa ejidense, Agroiris se consolida como una de las entidades más solventes y con mayor patrimonio del sector agrario almeriense. Prueba de ello son los casi 200 millones de kilos que comercializó en la pasada campaña conjuntamente con sus, hasta

ahora socias, Ejidoluz y Mayba. Así, el volumen de facturación se aproxima a los 150 millones de euros, superando así todas las previsiones que se habían realizado hasta el momento. En la actualidad la entidad ejidense cuenta con un total de 500 socios que aportan la producción de 1.300 hectáreas aproximadamente.

Con todas estas actuaciones, la entidad dirigida por Díaz Planelles asegura sus objetivos de futuro que los asienta sobre sólidos pilares patrimoniales y una contrastada solvencia. El director general de Agroiris ha comentado que "el reparto de dinero a los socios es fruto de la gran gestión realizada por el equipo de profesionales encar-

gados de gestionar la empresa. Su esfuerzo ha dado como resultado que podamos ofrecer a los socios-agricultores estos cuatro millones y medio de euros y la posibilidad de adquirir Mayba y Campoalmería". El máximo responsable de la comercializadora ejidense ha recordado que "el primer objetivo de Agroiris es hacer llegar a sus socios el máximo beneficio posible gestionando al máximo nivel sus hortalizas a través de la empresa".

Con esta macro operación, aseguran desde Agroiris, "damos un paso gigantesco en el sector agrario almeriense y se consolida en el mercado europeo como uno de los proveedores de mayor volumen y solvencia".

REUNIÓN

HORTYFRUTA y Agricultura defienden la Tipificación

Elena Sánchez

El delegado provincial de Agricultura, Juan Deus, y la junta directiva de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía, HORTYFRUTA, se han reunido para hablar del Decreto de Tipificación. Al respecto, Deus recordó el compromiso de la Junta de mantener el esfuerzo de su servicio de inspección para velar por el cumplimiento del decreto sobre regulación de mercados de productos agrarios en zonas de producción. Asimismo, durante el encuentro, el presidente de HORTYFRUTA, Fulgencio Torres, expuso la conveniencia de que la Consejería intensifique la inspección para conseguir que el 100% de las entidades cumpla este decreto, de manera que cuando se tomen decisiones de extensión de norma de calidad en momentos de crisis, dichas medidas sean eficaces.

En este contexto, la Interprofesional aprovechó para presentar al delegado la 'Campaña de Tipificación 2010-2011', un plan de publicidad que con el lema 'Tipificación es transparencia, confianza y valor', llevará a cabo próximamente con el fin de concienciar al sector acerca de la conveniencia de cumplir el decreto. Para la Junta "el decreto es una herramienta necesaria, más si cabe, en tiempos de crisis de precios".

TUTA absoluta

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



Hasta...



...Hoy

TRICHO control

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.



(Trichogramma achaeae)

¡SOLUCIÓN ABSOLUTA!



Agrobío

Más información en: **950 558 220** www.agrobio.es

DECLARACIÓN DE INTENCIONES EN LA CUMBRE DEL TOMATE

Los consejeros de Agricultura dispuestos a pedir el rechazo del acuerdo UE-Marruecos

LOS RESPONSABLES DE LAS COMUNIDADES CON MÁS PRODUCCIÓN SE VOLVIERON A REUNIR PARA DEFENDER LOS INTERESES DEL SECTOR

■ José Esteban Ruiz

La lucha iniciada con la 'Cumbre del Tomate', en Almería, a favor de los productores de tomate de Andalucía al considerar que las importaciones procedentes de Marruecos no se ajustaban al acuerdo establecido, y por tanto, perjudicaban los intereses del sector productor, no sólo de Andalucía, sino de España, ha continuado con un nuevo encuentro de los responsables de Agricultura de las cuatro comunidades autónomas que concentran el 90% de la producción tomatera nacional. Se acerca el momento en el que la revisión del Acuerdo de Asociación entre Marruecos y la Unión Europea llegue al Parlamento y al Consejo de Ministros para someterse a votación.

En esta ocasión, la consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera ha recogido el testigo y ha estado al lado de sus homólogos de Murcia, Antonio Cerdá; Canarias, María del Pilar Merino; y Valencia, Maritina Hernández para defender las producciones hortofrutícolas, y en especial de tomate, frente a importaciones de terceros



■ Maritina Hernández, Antonio Cerdá, Clara Aguilera y Pilar Merino. / FHALMERIA

países. El documento tiene que ser aprobado tanto por los ministros como por los eurodiputados, y en estas, se encuentra la lucha de los responsables de Agricultura, que de esta forma hacen extensible la reivindicación de productores y comercializadores.

Aguilera junto a sus 'colegas' de las demás comunidades firmaron una declaración institucional en defensa del sector español productor y exportador de frutas y hortalizas, en el que exponen los argumentos por los que solicitan

que se rechace el acuerdo aprobado por la Comisión Europea.

Las importaciones hortofrutícolas están influyendo negativamente en el desarrollo de la actividad agraria, provocando un descenso del precio en origen y un desequilibrio de los mercados de tomate y de otras frutas y hortalizas. El actual acuerdo se "ha vulnerado" en distintas ocasiones, "no se cumple", afirma Aguilera.

Las cuatro administraciones exigen que se cumplan estos acuerdos y se aplique el principio de re-

ciprocidad a todas las producciones que se venden en Europa con el fin de que todas cumplan los mismos requisitos de calidad, seguridad alimentaria y exigencias fitosanitarias. Aguilera, informará al Ministerio del documento elaborado. La finalidad de esta acción, "es seguir luchando para proteger la renta de los productores andaluces, y españoles en general". Por ello, también ha pedido a los eurodiputados españoles, a todos, que voten en contra en el Parlamento Europeo.

REACCIONES

COAG exige que "no se quede sólo en palabras"

La reunión de los responsables de Agricultura de las comunidades autónomas, Andalucía, Canarias, Región de Murcia y Comunidad Valenciana, que concluía con la firma de una declaración conjunta donde defendían los intereses de los productores de frutas y hortalizas, ha sido motivo de reacción para la coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos, desde donde esperan que "la declaración no quede solo en palabras sino que debería manifestarse en hechos". Para COAG-Almería "el trabajo de la consejera se basa en palabras y no en hechos". No obstante, valoran de manera positiva la postura de la consejera de Agricultura de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, pero que "no sirve de nada si no presiona a la ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino".

EMPLEO AGRARIO

La contratación en origen queda fuera de nuevo este año para frenar el desempleo nacional

■ Elena Sánchez

La campaña agrícola de la provincia almeriense ha arrancado sin contratación en origen, una acción tradicional que se venía llevando a cabo en este sector desde hace varios años, pero que desde que la tasa de paro en España está tan elevada se ha ido frenando hasta llegar a cero. De hecho, la secretaria general de ASAJA-Almería, Adoración Blanque, explica que "otro de los motivos por los que no traemos a trabajadores en origen es

porque ahora mismo sólo podemos trabajar con Marruecos y la demanda de los empresarios actualmente son mujeres rumanas tanto para el sector del manipulado como para otras tareas agrícolas". Hasta ahora mismo, la organización agraria ASAJA-Almería ha hecho ocho selecciones y se van contratando en función de la demanda de los empresarios.

Por su parte, desde la organización agraria COAG-Almería, su responsable de migraciones, Juan Rull, comenta que "nosotros

no podemos contratar a gente en origen cuando la bolsa de empleo está a rebosar. Además, este año vamos a seguir trabajando con algunas asociaciones como Innova o Proyecto Hombre que nos facilitan los currículum de sus trabajadores mejor formados. Con esta acción estamos dando una oportunidad a personas que están en riesgo de exclusión social". Los trabajadores de años anteriores han regresado para esta campaña pero con una situación bien distinta, con un permiso de trabajo.



■ Trabajadores agrícolas en los invernaderos. / FHALMERIA

EN BREVE

BERENJENA BAJA

Todos los tipos de berenjena, a excepción de la rayada, caen de precio en los últimos días. En este sentido, destacar que la larga se vende a 0'13 euros el kilo, mientras que la redonda se sitúa en torno a los 0'26 euros. La berenjena rayada, por su parte, cotiza en las pizarras almerienses a unos 0'27 euros el kilo.

PEPINO BAJA

Sólo el pepino francés ha logrado sumar algunos céntimos en las últimas semanas. El resto de tipos pierden valor. De este modo, el pepino negro corto cotiza a unos 0'14 euros, el doble que el pepino francés, que suma apenas 0'07 euros. El tipo Almería ronda los 0'17 euros.



■ Pepinos. / FHALMERÍA

JUDÍA MANTIENE

Las judías comienzan, por fin, a estabilizarse en las pizarras. La perona roja se vende a 0'77 euros, mientras que la larga ronda los 1'70 euros el kilo. La judía strike, por su parte, alcanza los 2'17 euros. Por último, la rastra ronda los 1'86 euros el kilo.

CALABACÍN MANTIENE

Tras incrementar su precio hace unos días, ahora el calabacín, al menos, mantiene sus cotizaciones. Así, en primer lugar, el calabacín convencional cotiza a unos 0'07 euros el kilo, mientras que el gordo duplica, como poco, esta cifra, situándose en unos 0'17 euros el kilo.

PIMIENTO SUBE

Los pimientos California oscilan entre los 0'41 euros del verde y los 0'55 euros del amarillo, mientras que los lamuyo se mueven entre los 0'56 euros del verde y los 0'80 euros del rojo. Por su parte, los pimientos italianos se venden a 0'28 euros, el rojo, y a 0'86 euros el kilo, el verde.

A DESTACAR...

El tomate mantiene sus precios y roza el euro en las pizarras

■ E. S. G.

La producción de tomate se ha visto incrementada en las últimas semanas después del retraso que ha habido en este inicio de campaña y sus precios se están manteniendo en estos momentos. De hecho, el tomate ensalada está co-

tizando en estos días por encima de los 70 céntimos, un precio que se espera que mejore próximamente.

Por la misma línea está el tomate ensalada maduro, una variedad algo menos solicitada, pero que igualmente tiene importancia en la provincia almeriense. Al res-

pecto, sus cotizaciones están superando los 60 céntimos de euro el kilo, valores algo más bajos de lo esperado, mientras que el tomate maduro es el que mejor posición tiene actualmente, puesto que su precio está rozando el euro en buena parte de las subastas agrícolas.



■ Interior de una comercializadora de tomate. / FHALMERÍA



SERVICIO, CONTINUIDAD,
RELACIÓN CALIDAD-PRECIO

pimiento



pepino



calabacín



melón



sandía



berenjena



tomate



ANECOOP

PREPARATIVOS DE LA FERIA AGRARIA

La industria auxiliar de la agricultura protagonizará la próxima Expo Agro

■ José Esteban Ruiz

La próxima edición de la Feria Internacional Expo Agro 2011 verá reflejado su giro hacia la internacionalización de la industria auxiliar de la agricultura y su apuesta firme por la innovación, en la superficie de exposición. De esta forma, aunque se mantendrá en parte la estructura del año anterior, las empresas de la industria auxiliar se colocarán en el centro de la entrada al recinto, 'custodiadas', como viene siendo habitual en los últimos años, por las dos grandes asociaciones de comercializadores COEXPHAL y ECOHAL. Ambas agrupaciones expondrán también a la entrada de la feria, a derecha e izquierda de la industria.

Esta es una de las novedades presentadas por el presidente del comité organizador de Expo Agro, Miguel López, que estuvo acompañado por Juan García, representante de COEXPHAL y Juan Enrique Vargas, presidente de ECOHAL, ambos también en el comité organizador de la feria. "La tónica general en la toma de decisiones está siendo el consenso", aseguró López. Todas las acciones que se están llevando a cabo en la organización de la próxima feria almeriense están contando con el respaldo de todo el sector, desde la comercialización a la industria auxiliar sin olvidar a los representantes de la producción, integrados por las organizaciones agrarias, las cuales, a pesar de no estar representadas en el comité organiza-



dor, "les hemos consultado igualmente sobre las actividades que se proponen, porque su opinión es tan válida como la del resto de agentes del sector agrícola de la provincia de Almería", confirmó Miguel López.

CAMBIO DE FECHA

El cambio de fecha fue la primera gran novedad que anunciaron antes del verano. Una decisión, "muy pensada y apoyada por todos". Sobre la polémica surgida por la coincidencia

de su celebración con otro gran evento provincial como Expo Levante -mes de abril-, el presidente del comité organizador aclaró que "tras reunirnos con el alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez, como máximo representante de la organización, y varias conversaciones al respecto, podemos decir que creo que ha entendido los argumentos que le hemos expresado, nosotros entendemos que se hayan molestado, y por eso, hemos quedado en hablar cuando en 2012 coincidan ambos eventos,

con el fin de dar una solución satisfactoria para todos".

El responsable de la organización de la feria, volvió a recordar algunos detalles sobre el futuro evento. Expo Agro mantendrá como referente al sector de la industria auxiliar pero otorgando un papel protagonista a los agricultores almerienses, y claro está, sin olvidar en ningún momento a las empresas comercializadoras de frutas y hortalizas.

CONOCIMIENTO

Además de ser un lugar de encuentro en el que se haga negocio, también potenciarán el encuentro como un foro para el conocimiento, con actividades idóneas. Estos elementos serán algunos de los pilares sobre los que se levanten futuras ediciones. Asimismo, junto a estos, "nuestra intención es que Expo Agro contribuya a la mejora productiva y la implantación de tecnología en todos y cada uno de los eslabones de la cadena de valor agraria", señaló López, completando de esta forma, la estrategia que seguirán en el futuro para organizar la feria.

Los miembros del comité organizador han presentado el 'nuevo' formato de Expo Agro

Concederán unos premios de carácter internacional

La organización de la próxima edición ha decidido conceder reconocimientos a empresas, personas o entidades resaltando su trabajo y entrega a la evolución y desarrollo del sector agrario. De esta forma nacen en el seno de la feria unos premios que se concederán cada dos años. Se han establecido hasta siete categorías: Producción, Industria auxiliar, Comercialización, Agricultor, Medio de Comunicación, Persona e Innovación.

En estos momentos, se encuentra abierto el plazo de candidaturas por parte de los miembros del comité, que serán facilitadas con argumentos de peso para la concesión del reconocimiento. Estos premios tratarán de traspasar fronteras, resaltando el buen hacer de las categorías establecidas sin importar nacionalidad. La entrega de galardones se llevará a cabo durante la celebración de los encuentros de negocio enmarcados en Expo Agro Trading

a la Junta de Andalucía, a través de las Consejerías de Agricultura y Pesca y Economía, Innovación y Ciencia con el fin de contar, como es habitual en las últimas celebraciones, con el apoyo expreso de la Administración regional. Según explicó Miguel López, "los responsables de la Junta han visto bien las propuestas y han confirmado que volverán a apoyar nuestra feria".

Por otra parte, Expo Agro tiene programada una agenda internacional con su presencia en diferentes ferias internacionales con el objetivo de acaparar la atención de potenciales clientes, Así, confirmó López, "tenemos previsto estar el próximo mes en Madrid, en Fruit Attraction, también acudiremos a la feria de referencia en Holanda y, cómo no, no faltaremos en la próxima edición de Fruit Logística. Sobre estas acciones promocionales, aseguró el responsable de la organización que "de todos los eventos que asistimos regresamos con algún expositor para Expo Agro".

La feria almeriense ofrece un aperitivo en noviembre

Para que en el próximo mes de noviembre el sector no eche en falta el olor a la feria almeriense, la organización ha decidido programar distintas actividades que se llevarán a cabo en distintas fechas del mes, aún por concretar algunos de las citas.

"Se trata de una programación de transición que a partir de 2012 quedará integrada en los días que tenga lugar la ce-

lebración de Expo Agro", expuso el presidente del comité organizador.

Entre las acciones previstas, destacan el desarrollo de tres jornadas dirigidas a los agricultores y técnicos. En ellas, se tratarán temas como el aumento de la productividad a través de las nuevas técnicas de cultivo y la mejora de las infraestructuras invernadas, así como la aplicación de las ener-

gías renovables al sector agrario. Temas, sin duda, colocados entre los retos que se plantean, actualmente, los profesionales del sector hortofrutícola de cara a contribuir al desarrollo de la actividad hortofrutícola.

Además de estas jornadas, volverán a contar con un espacio para el negocio, gracias a las entrevistas personales entre clientes internacionales y empresarios locales desarrolladas bajo el umbral de lo que se ha venido llamando Expo Agro Trading. Finalmente, la organización se guarda unos premios "muy especiales".

Compromiso de Protección



Grupo TPM

Los Plásticos de Almería



Comarcas

HIGIENE RURAL



■ Francisco Vargas, presidente de ASAJA, Jorge Viseras, concejal ejidense de Agricultura y Adoración Blanque, secretaria de ASAJA.

Ejido Medio Ambiente, en el Parlamento a través de IU

COAG ha mantenido una reunión con los representantes de Izquierda Unida, quienes se han comprometido a llevar las reivindicaciones de los agricultores al Parlamento andaluz. La coordinadora provincial del partido, Rosalía Martín, aseguró que “vamos a trasladar al consejero de Medio Ambiente, varias preguntas parlamentarias sobre la planta de gestión de residuos Ejido Medio Ambiente y también trasladaremos la problemática a la Consejería de Salud. Además, vamos a impulsar iniciativas que pongan de manifiesto las competencias reales entre las administraciones locales y la Junta de Andalucía en cuanto a reciclado, porque ahora mismo, la situación está permitiendo que sucedan casos como el que hay”.

El Ayuntamiento de El Ejido espera obtener la autorización para habilitar una zona de acopio

ASAJA ALMERÍA HA VISITADO LA ZONA FACILITADA POR LA JUNTA PARA QUE LOS AGRICULTORES LLEVEN LOS RESTOS AGRÍCOLAS

■ José Esteban Ruiz

Una solución mientras vuelve a funcionar la planta Ejido Medio Ambiente es lo que solicitan los agricultores. A ASAJA-Almería le ha llegado la misma petición por parte de un “buen número” de agricultores asociados a la organización, es decir, buscan una alternativa, un lugar para poder trasladar los residuos agrarios obtenidos en los invernaderos para mantener la higiene en los entornos rurales. ASAJA está moviéndose con el objetivo de mediar, y de este modo, ofrecer a los pro-

ductores lo que solicitan. Recientemente han mantenido un encuentro con el concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido, Jorge Viseras, para estudiar la situación. Así, visitaron el espacio cedido por la Junta de Andalucía para permitir que se puedan apilar los residuos. No obstante, indican desde ASAJA-Almería, “para habilitar el lugar aún se precisan los permisos pertinentes que debe de concederles la Junta de Andalucía al Ayuntamiento de El Ejido”. “Una vez dispongan de ellos, Jorge Viseras nos ha explicado que comenzarán los trabajos de adecuación del terreno para garantizar el acopio de residuos vegetales”, comentó Francisco Vargas, presidente provincial de ASAJA.

Los responsables de ASAJA-Almería, tanto su presidente, como

la secretaria de la organización, Adoración Blanque, acompañaron al concejal ejidense, Jorge Viseras, al lugar al que hizo referencia el delegado provincial de Agricultura y Pesca, Juan Deus, cuando se le preguntó por el problema de higiene rural que podría aparecer si los agricultores no cuentan con una zona habilitada para depositar los desechos vegetales. En su respuesta aseguró que la Junta había cedido cinco hectáreas al Ayuntamiento para que se pudieran verter los residuos. Así, comenta Vargas, “se trata de una parcela que por su tamaño reúne las condiciones y hemos comprobado que en realidad dichas cinco hectáreas están divididas en varias parcelas, siendo la mayor de ellas de 3,7 hectáreas, por lo que ésta sí podría ser una solución temporal al problema de la acu-

mulación de restos agrarios”, aclara Vargas.

Este encuentro, informan desde la organización agraria, llegaba precedido de contactos anteriores en los que “le comunicamos a Viseras la preocupación existente entre los agricultores por no disponer de un lugar autorizado para llevar los restos vegetales, ya que según la información que nos llega a Ejido Medio Ambiente se le ha retirado la licencia por parte de la Delegación de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía”.

En ASAJA han valorado la respuesta del concejal ejidense. Esperan que se concedan las autorizaciones pertinentes para que el Ayuntamiento de El Ejido pueda habilitar lo antes posible esta zona de acopio de residuos, y de esta forma, dar una solución temporal a los agricultores que “se están

viendo afectados por una situación ajena a ellos y que puede derivar en otros problemas si no se toman las medidas oportunas”, afirma el presidente de la organización agraria. En este sentido, Vargas insiste en que este acopio debe ser únicamente provisional, así como en que “urge el desbloqueo de la autorización de gestión a la planta de reciclado para su puesta en funcionamiento”. “La Delegación de Medio Ambiente no puede dar por callada la respuesta a una petición de los agricultores y vecinos de El Ejido, y debe agilizar el expediente abierto a Ejido Medio Ambiente, S.A., pues los agricultores no tienen la culpa de que otros hayan visto en el problema de los restos agrícolas a la gallina de los huevos de oro”, señala Francisco Vargas, presidente de la patronal agraria.

PETICIÓN

La Concejalía de Agricultura ejidense solicita celeridad a la Junta en la entrega de ayudas

LA SUBVENCIÓN ES PARA DRENAJES NECESARIOS EN LA ZONA DE BALERMA Y SE DEMANDARON HACER MÁS DE UN MES

■ **Rafa Villegas**

La temporada de lluvias ha comenzado y con ella el riesgo de inundaciones se incrementa. Es por ello que, con la intención de evitar los efectos negativos que ésta pudiera llegar a provocar, la Concejalía de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Ejido se ha puesto varias veces en contacto con la Delegación de Agricultura para que conceda ya una subvención. Se trata, concretamente, de unas ayudas que servirían para habilitar drenajes en la zona de Balerma.

Según la Concejalía ha pasado un mes desde que su titular, Jorge Viseras, reclamara información a la Consejería de Agricultura del estado de las ayudas solicitadas en el marco del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2007/2013 en su convocatoria anual. Con ese dinero el Ayuntamiento quiere acometer



■ Invernadero que sufrió las consecuencias de la lluvia el pasado invierno. / FHALMERÍA

ter la habilitación de drenajes para evitar los efectos perjudiciales en los invernaderos de la acumulación de agua de lluvia.

Desde la Concejalía de Agricultura aseguran que se dirigieron telefónicamente y por escrito, a mediados de septiembre, a la Delegación con este objetivo. No hubo respuesta, por lo que el

día 8 de octubre decidieron volver a solicitarlo, de forma urgente, mediante fax.

Con esta situación, desde el Ayuntamiento de El Ejido han asegurado que, a pesar de la buena voluntad expuesta por el delegado de Agricultura y Pesca, Juan Deus, a mediados de septiembre, el concejal ejidense le

ha mostrado por escrito su enorme preocupación “ante la todavía falta de respuesta recibida, habida cuenta del período de tiempo transcurrido sin tener noticias suyas al respecto ni del PSOE de El Ejido, que de forma curiosa y notoria viene siendo su lugar primero de comunicación institucional de las medidas bue-

nas a ejercer en nuestro municipio”.

Además, Jorge Viseras es taxativo en su escrito a Juan Deus al asegurar que “es de enorme importancia que esas ayudas lleguen antes de las próximas lluvias, para que tengan la eficacia necesaria y que a buen seguro usted desea también, y que nosotros agradeceremos enormemente”.

LAS AYUDAS

En enero, la Junta ofreció a los ayuntamientos que hubieran tenido problemas con las lluvias invernales la posibilidad de solicitar ayudas para hacer obras para prevenir problemas de cara al otoño-invierno actual. El problema radica en que el máximo de la ayuda es de 250.000 euros sin importar el tamaño del municipio. Así, El Ejido decidió solicitarla para actuar en el Camino del Alcor de Balerma y en el Camino del paraje Los Bergantes, sin duda zonas que necesitan los drenajes con más urgencia. Viseras asegura que sería “lamentable que no llegara a tiempo la ayuda” y la lluvia haga de las suyas.

CANDIDATA A LA ALCALDÍA DE EL EJIDO POR EL PSOE

Guadalupe Fernández critica “el estado de los caminos ejidenses”

■ **R. V. A.**

La candidata a la alcaldía del Ayuntamiento de El Ejido por el PSOE, Guadalupe Fernández, le ha demandado al Equipo de Gobierno de la ciudad que actúe sobre algunos caminos rurales del término municipal ya que, a su juicio, “se encuentran en un estado deplorable”.

Del mismo modo, Fernández ha lamentado que “cuando se aprobaron los anteriores fondos FEIL, nosotros le pedimos al Equipo de Gobierno que los destinara al arreglo de los caminos y al mantenimiento de los colegios” pero, según ha asegurado, “nos hicieron caso omiso, como siempre, y ahora tenemos algunos puntos del municipio que son intransitables porque no se han querido arreglar en su momento”.



■ **Guadalupe Fdez.** / FHALMERÍA

Fernández se ha reunido recientemente con el presidente de la Junta Local de Matagorda-Guardias Viejas, Ramón Luque, quien, según ha comentado, le ha explicado que uno de los caminos que se encuentra en peor estado

es el denominado Camino de los Pozos, que enlaza Guardias Viejas con Almerimar. Tal es la situación que, según Fernández, “en este caso, algunos agricultores, por su cuenta, han arreglado un trozo que ronda los dos kilómetros porque para ellos es básico que esa carretera esté bien para poder acceder a sus explotaciones”.

Finalmente, Fernández ha asegurado que “los caminos deberían ser tratados como vías urbanas porque soportan un tráfico muy intenso de vehículos y no se puede consentir que los agricultores pongan en peligro sus vehículos ni que tengan dificultades para acceder a sus invernaderos”. Le pide al Equipo de Gobierno que “abandone la parálisis en la que se han instalado y solucionen los problemas de los ciudadanos”.

PETICIÓN

La Agencia Andaluza del Agua actuará en la rambla de Balerma gracias al PSOE

■ **R. V. A.**

El secretario general del PSOE de Balerma, Juan Gabriel García Salmerón, y el concejal socialista balermero José Gabriel Maleno, han mantenido una reunión con José Manuel Merino, gerente de la Agencia Andaluza del Agua, a quien le han trasladado la situación en la que se encuentra la rambla de Balerma.

García Salmerón le explicó que “la rambla, a su paso por el casco urbano de Balerma, necesita con urgencia una limpieza, puesto que en los últimos meses se han acumulado allí muchos residuos, lo que

puede suponer un peligro en caso de lluvia”.

RESULTADO POSITIVO

Gracias a la reunión que mantuvieron, la Agencia Andaluza del Agua se ha comprometido a enviar a un técnico para que evalúe el problema y estudie la posibilidad de una actuación a corto plazo y, en cualquier caso, incluir el acondicionamiento de la rambla de Balerma en sus próximos presupuestos, dentro del programa de limpieza de cauces.

García Salmerón ha valorado el resultado del encuentro y la disposición mostrada por los interlocutores.

MANTENIMIENTO

Berja repara varios kilómetros de vías rurales de su término municipal

EL PLAN DE ARREGLO DE CAMINOS HA LLEGADO TAMBIÉN A BALANEGRA, DONDE YA HAN DADO COMIENZO LAS OBRAS

■ **Rafa Villegas**

El Ayuntamiento de la localidad de Berja se encuentra inmerso, desde el pasado mes de agosto, en un ambicioso plan de reparación de caminos rurales. Desde esa fecha son ya varios los caminos que se han arreglado, mientras que las obras se han iniciado ya en otros, no sólo en las inmediaciones del núcleo virgitano sino también en el territorio de la Entidad Local Autónoma (ELA) de Balanegra.

En concreto, los caminos están recibiendo un proceso de nivelación, zahorra nueva y aglomerado para corregir las comunes alteraciones sufridas con el paso del tiempo. Entre las vías rurales que ya se han reparado figura el camino del Rincón del Río, el camino de La Corrida, así como la vía de El Cortijuelo y el camino del Cortijo del Tiro. Éste último recibió el parcheado de su aglomerado a fi-



■ La Sierra de Gádor cuenta con un elevado número de caminos rurales. / FHALMERÍA

nales del pasado mes de septiembre.

El programa de arreglo de vías rurales también ha llegado en esta ocasión a la ELA de Balanegra donde, concretamente, se están rehabilitando los daños producidos por las lluvias torrenciales caídas durante las pasadas estaciones de invierno y otoño.

El concejal de Agricultura del Ayuntamiento de Berja, José Medina, ha explicado que a los “caminos de tierra se les está colocando zahorra para poner, en un futuro, aglomerado, mientras que los que tienen ya aglomerado se está retirando y colocándolo nuevo”.

De momento, en la Entidad Local de Balanegra, las actua-

ciones han llegado al conocido como Camino de las Alberquillas, al de los Llanos de Los Vázquez, así como al de Las Quintillas. En ellos se están rehabilitando los daños producidos por las lluvias y devolviéndoles su funcionalidad.

Tras la conclusión del arreglo de varios caminos rurales virgitanos, el Ayuntamiento de la lo-

calidad, lejos de dar por finalizado el plan de mejora ha comenzado a actuar en otras vías rurales de diferentes zonas de su término municipal.

MÁS REPARACIONES

En concreto, la Concejalía de Agricultura del Consistorio de Berja ya ha comenzado las obras de reparación de vías como es el caso de la del Rincón del Río; el Camino de las Canteras; el Camino de la Sierrrecilla; el Camino de Chirán; además de la vía rural de El Cortijuelo; la del Cortijo Blanco; así como el Camino del Olivo Gordo.

Por otra parte, tras uno de los otoños e invierno más lluviosos, el Ayuntamiento de Berja finalmente ha actuado en calles de la localidad que se encontraban en mal estado desde entonces. En concreto, las vías que han sido objeto de reparación en esta ocasión han sido la Málaga, Ramón y Cajal, Margaritas, Tulipanes y Galicia.

El arreglo de los caminos rurales es esencial para que los agricultores puedan transportar sus productos hortofrutícolas hacia las comercializadoras y, como no podía ser de otra manera, para que puedan tener un acceso digno a sus instalaciones agrarias. Con este plan municipal son muchos los productores del término municipal virgitano que se han visto beneficiados.

CONCEJALÍA DE AGRICULTURA ABDERITANA

La limpieza de márgenes viarios y un menor coste del reciclaje centran la política de Adra

■ **R. V. A.**

Dos son los temas que están centrando la atención de la Concejalía de Agricultura del Ayuntamiento de Adra. Se trata, concretamente, de un intento por aportar una solución a los problemas que tienen los agricultores de la localidad en materia de higiene rural y costes de producción.

No obstante, debido a las escasas competencias que tienen los consistorios en materia agrícola, el concejal de Agricultura del Ayuntamiento abderitano, Francisco López Maldonado, ha mantenido ya varias reuniones, junto al Consorcio de Residuos del Poniente almeriense, con responsables de la planta de transferencia. Ésta, que se encuentra ubicada en el municipio de La



■ El concejal de Agricultura comprobando unas obras. / FHALMERÍA

Mojonera, la gestiona Albaida. Lo que pretende el edil es lograr reducir las tarifas que tienen los productores en el tratamiento de sus residuos, así como de transporte.

Del mismo modo, la Concejalía de Agricultura que dirige López Maldonado también se encuentra centrada en otros problemas. Así, como han explicado desde la misma, “se ha pro-

cedido durante estas semanas a la limpieza de los márgenes de aquellos caminos rurales que presentaban un mal estado, a fin de garantizar la seguridad a los vehículos que, a diario, circulan por estas vías para transportar los productos hortofrutícolas a los centros de comercialización agrícola”. En concreto, según han continuado explicando, “se han finalizado ya trabajos en las zonas de La Habana, Cuatro Corrales, Opepesa y Zanja Real.

PLAN DE VÍAS RURALES

Por otra parte, López Maldonado ha asegurado que su Concejalía está planeando ya la ejecución del que será el VI Plan de Caminos Rurales. Éste, según ha explicado el edil, “proseguirá la línea de trabajo y objetivos de

las anteriores ediciones”. Además, según ha adelantado, “con él se prevé el arreglo, nivelación y pavimentación de algo más de siete nuevos kilómetros de caminos, los cuales vendrán a ampliar los 42 kilómetros ya finalizados y enmarcados en los anteriores planes, así como en actuaciones independientes que han sido impulsadas por el consistorio abderitano en zonas como Guainos, Pérez o Trebol-lar”.

Una vez que se lleve a cabo el VI Plan de Caminos Rurales, la Concejalía habrá arreglado un total de 50 kilómetros. López se ha mostrado “satisfecho de la labor que venimos realizando y del esfuerzo inversor que hemos mantenido desde 2004 en materia agrícola para el arreglo de estas infraestructuras viarias que son trascendentales para el día a día de nuestros agricultores”. Ha asegurado que “entre Ayuntamiento y Junta hemos invertido 1,5 millones de euros en acondicionar la red de comunicación rural”.

RECABANDO APOYOS

Nace la Asociación de Perjudicados por la Comunidad de Rambla Morales

SUS INTEGRANTES BUSCAN DEPURAR RESPONSABILIDADES Y ACLARAR LA SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL DE LOS REGANTES

■ Isabel Fernández

La Asociación de Perjudicados por la Comunidad de Regantes Ramblas Morales acaba de constituirse y lo hace, según indicaron desde la propia asociación, “con el objetivo común de defender los intereses de todos sus asociados”. En este sentido, recordaron la difícil situación económica en la que se encuentra la comunidad de regantes y, por ello, afirmaron que su intención es “entablar todas las acciones legales que sean necesarias para depurar responsabilidades y aclarar la situación económica actual y cómo se ha llegado a la misma”. Todo ello “defendiendo los intereses de todos los asociados y procurando que éstos sean informados de todo lo pertinente, de forma clara y en términos comprensibles, de modo que dejen de sentirse manipulados y desinformados”.

Desde esta asociación señalaron que su constitución formal



■ La nueva asociación ha tendido la mano a la actual junta de gobierno de la Comunidad. / FHALMERÍA

responde a la idea de convertirse en interlocutores válidos con todas las partes implicadas a la hora

de buscar soluciones a los problemas que se enfrentan estos regantes y entre los que destaca, so-

bre todo, la importante deuda económica contraída con la entidad bancaria La Caixa.

Con respecto a este asunto, apelaron a esta entidad para “recordarles que no se puede dar la espalda a un problema como éste, en el que cientos de familias de agricultores se ven indefensas ante las actuaciones pasadas y presentes llevadas a cabo, siempre bajo la amenaza de responder a una elevadísima deuda contraída por la anterior Junta de Gobierno, sin el consentimiento de éstos y de la que nunca fueron convenientemente informados”.

Asimismo, indicaron que “respetamos la labor llevada a cabo por la actual Junta de Gobierno”, aunque quisieron recordarle que una de sus competencias actuales es “esclarecer cómo se ha llegado a esta situación y actuar en consecuencia, siendo patente las reiteradas ilegalidades que fueron llevadas a cabo desde la Comunidad”. Además, “dado lo complejo de la situación, desde nuestra asociación estamos dispuestos a trabajar para buscar soluciones, entendiendo que es una labor difícil que requiere de la colaboración de todos, lejos de intereses particulares y partidistas”.

Por último, desde la recién constituida asociación insistieron en que ejercerán “la presión necesaria para reivindicar una solución a la actual situación a la que se enfrentan cientos de familias de agricultores almerienses ante la falta de liquidez en la que se encuentra la comunidad de regantes, que se ve imposibilitada para afrontar el crédito que pesa sobre sus espaldas”.

LOS VÉLEZ

Agricultura destina 5'5 millones a proyectos de desarrollo rural

■ I. F. G.

El delegado provincial de Agricultura y Pesca de la Junta, Juan Deus, rubricó recientemente los contratos en los que se recogen los 5'5 millones de euros en ayudas que la Administración andaluza invertirá en los próximos meses en la comarca de Los Vélez con la puesta en marcha de diez proyectos acogidos al Programa de Desarrollo Rural ‘LiderA’.

El delegado de Agricultura, tras la firma de estos contratos con el Grupo de Desarrollo Rural de Los Vélez y los empresarios y emprendedores que desarrollarán los proyectos, valoró estas actuaciones tanto por la generación de empleo que traen aparejada como por el impulso



■ Deus con el GDR. / FHALMERÍA

al tejido económico y social de la comarca, donde, según afirmó, “contribuirán a la promoción del desarrollo sostenible en el medio rural y, por tanto, a fijar la población en zonas rurales en riesgo de despoblación”.

En este sentido, y con respecto a la creación de empleo a raíz de esta inversión de la Junta de Andalucía, Deus señaló que, en total, se crearán 83 nuevos empleos y, además, se ayudará a mantener unos 20 más. Por otro

lado, la comarca de Los Vélez ha sido elegida para el desarrollo de uno de los denominados proyectos ‘FARO’, de carácter experimental, que financiarán al 50% entre el Gobierno central y la Junta andaluza. Estos proyectos contemplan una ayuda pública de 7 millones de euros para la provincia almeriense. En esta comarca está prevista la puesta en marcha de un centro de transformación y comercialización de productos agrarios.

DE CARBONERAS AL ALMANZORA

ACUAMED adjudica por 16 millones la conexión de los depósitos del Levante

■ I. F. G.

El Consejo de Administración de la sociedad estatal de Aguas de las Cuencas Mediterráneas (ACUAMED) aprobó a finales del pasado mes de septiembre la adjudicación del contrato para la ejecución de las obras de conexión de los depósitos del Levante almeriense con la conducción de la desaladora de Carboneras al Valle del Almanzora a Corsán Corviam Construcción S. A. por un importe total de 16 millones de euros.

Esta actuación, según indicaron desde el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), permitirá la puesta en marcha a pleno rendimiento de ambas desaladoras de Carbone-

ras, con el fin de garantizar el suministro de recursos hídricos tanto para riego como para abastecimiento en todo el Levante.

La importancia de esta infraestructura para la provincia almeriense es tal que, días después de esta adjudicación, la directora general del Agua del MARM, Marta Moren, visitó varios tramos de las obras de la conducción desde la desaladora al Valle del Almanzora. Una conducción cuya inversión total alcanza los 87 millones de euros.

Con respecto al estado de las obras, desde el MARM indicaron que la fase II ya se encuentra finalizada, mientras que la fase I está en avanzado grado de ejecución. En total, se construirán 65 kilómetros de conducciones.

MARÍA

La Junta subvenciona con 174.000 euros la mejora de 5 km de un camino rural

■ E. S. G.

La Junta de Andalucía ha otorgado una subvención de 174.000 euros al municipio almeriense de María para la mejora de 4.800 metros lineales del camino rural que va desde el camino del Cortijo La Puerca al del Cortijo Loma del Águila. En este sentido, el Ayuntamiento tiene un plazo de tres meses para contratar las obras y otros dos meses para su ejecución, por lo que el trabajo deberá estar terminado en un plazo máximo de cinco meses. Dichas obras, según el proyecto municipal, consistirán en la extensión de una capa de rodadura de aglomerado asfáltico. Una vez concluidos los trabajos, según ha destacado Juan Deus, delegado provincial de Agricultura, durante el momento de la entrega de la subvención, más de medio centenar de agricultores y ganaderos del municipio verán mejorado el acceso a sus explotaciones.

Asimismo, destacar que esta resolución de subvención apro-

bada por la Dirección General de Regadíos y Estructuras Agrarias es una ayuda que supone el 73 por ciento del total de la inversión de la obra, que asciende a 238.487 euros. El Consistorio de María realizó hace unos años obras de asfaltado en 3.150 metros lineales de los caminos El Estrecho, Jesús Arres, Los Molinos y Graj, unas obras para las que la Junta aprobó una subvención de 51.600 euros.

80 KM ARREGLADOS

Por otro lado, desde la Junta han informado que en lo que va de año, una veintena de municipios de la provincia han recibido resoluciones de ayuda para la realización de proyectos de arreglo y mejora de unos 80 kilómetros lineales en más de 90 caminos. En total, las ayudas concedidas por la Consejería de Agricultura superan los 2,67 millones de euros, lo que supone el 66 por ciento del total a invertir por los municipios del territorio almeriense.

LAUJAR

Una bodega denuncia los daños que puede padecer por el traslado de un vertedero

■ E. S. G.

El presidente de Bodegas y Viñedos Laujar, S.A.T., Gabriel Busquets, ha querido denunciar públicamente los daños que producirá en su bodega el traslado de una planta de recogida de basura (que da servicios a distintos pueblos y pedanías de la Alpujarra almeriense como son Alcolea, Fondón, Laujar de Andarax, Bayárcal, Fuente Victoria, Benecid y Paterna del Río) y que "está previsto que el Ayuntamiento de Fuente Victoria ubique justo enfrente de una industria alimentaria que cumple con todos sus requisitos y permisos sanitarios en orden, como es nuestra bodega".

Para Busquets "es impensable considerar que las Administraciones implicadas no hayan tenido en cuenta el perjuicio y

la contaminación que supondría para la bodega la proximidad de este vertedero municipal". Además considera "que el cambio de ubicación no responde a cuestiones prácticas, sino más bien a intereses particulares".

La bodega almeriense pide explicaciones ante las partes implicadas sobre esta decisión y solicita "que se paralicen las obras del traslado de la planta de basura, por considerarla totalmente perjudicial para el futuro de la industria vitivinícola en la zona". Bodegas y Viñedos Laujar, S.A.T. es una empresa familiar que se remonta a tres generaciones anteriores y que ha conseguido posicionar sus vinos en los mercados más exigentes de España. Esta bodega tiene capacidad suficiente para la elaboración de 300.000 botellas.

AVANCE

La producción de fruta ecológica crece un 100%

LA PROVINCIA DE ALMERÍA HA PASADO DE CONTAR CON 277 HECTÁREAS EN 2008 A MÁS DE 550 A FINALES DEL AÑO 2009

■ Elena Sánchez

El cultivo ecológico de frutales ha registrado un incremento del 100% en Almería en el último año. Y es que, de contar con 277 hectáreas en 2008 se ha pasado a más de 550 a finales de 2009, datos que vienen a destacar el peso que tiene la provincia almeriense en la producción ecológica. De hecho, testigos de estas cifras fueron la secretaria general del Medio Rural y la Producción Ecológica, Mabel Salinas; y el delegado provincial de Agricultura, Juan Deus, quienes visitaron la finca Los Frailes, en Alhama de Almería, junto a los propietarios de la misma y el alcalde de Alhama, Francisco José Guil.

De hecho, muestra de esta apuesta del sector agrario por este cambio de modelo productivo es la Finca Los Frailes, explotación de frutales, uvas y cítricos que los responsables de la Junta de Andalucía pudieron ver con dete-



■ Vista a Alhama de Mabel Salinas y Juan Deus. / FHALMERIA

nimiento en su visita del pasado 30 de septiembre.

Almería es la provincia andaluza con mayor número de operadores en producción ecológica, es decir, 1.744 productores y 69 elaboradores, lo que supone el 20 por ciento de toda la Comunidad andaluza. Asimismo, estos más de 1.800 operadores suponen un 5,10 por ciento más que en 2008, cifras que están llevando a la pro-

vincia almeriense a ser uno de los referentes ecológicos no solo a nivel andaluz, sino también nacional. Según la secretaria general, Mabel Salinas, "este incremento se debe, fundamentalmente, al aumento de elaboradores, que en solo un año han pasado de 49 a 69 gracias a la creación de agroindustrias dedicadas a la manipulación de frutas y hortalizas.

TABERNAS

Los cinco GDR participan en unas jornadas de gestión de proyectos

■ E. Sánchez

Los cinco Grupos de Desarrollo Rural de la provincia de Almería (Filabres-Alhamilla, Los Vélez, Almanzora, Alpujarra-Sierra Nevada y Levante) han participado durante dos días en unas jornadas sobre 'Elaboración y Gestión de Proyectos Europeos' celebradas en Tabernas a través de la Unidad de Iniciativas Europeas del Área de Fomento de la Diputación de Almería. Este curso es la segunda de las acciones que se desarrollan dentro del proyecto Europa Direct en Almería, aprobado por la Comisión Europea, con el objetivo de configurar un conocimiento práctico y potencialmente explotable sobre el diseño de proyectos europeos, así como su ubicación dentro de las estructuras y líneas de acción de



■ Momento de la celebración de las jornadas. / FHALMERIA

la Unión Europea, incidiendo en la preparación, formulación y presentación de cualquier proyecto europeo.

Asimismo, el curso, celebrado entre el 30 de septiembre y el 1 de octubre, ha estado dirigido a los

gerentes y técnicos de los Grupos de Desarrollo Rural de la provincia de Almería, la cual sigue apostando por mantener vivo y renovado el entorno rural con el fin de apostar por los lugares más tradicionales del territorio.



Fruit Attraction 2010

40 EMPRESAS HORTOFRUTÍCOLAS ALMERIENSES
EN EL ESCAPARATE DE MADRID



UNA CITA INELUDIBLE



■ Las empresas almerienses participan por segundo año consecutivo en la feria madrileña. / FHALMERÍA

Más de 40 empresas almerienses se 'engalanan' para brillar en IFEMA

COMERCIALIZADORAS, EMPRESAS DE LA IAA, E INCLUSO CENTROS DE INVESTIGACIÓN, NO SE HAN QUERIDO PERDER EL EVENTO MADRILEÑO

■ Isabel Fernández

Unas 40 empresas almerienses participan del 20 al 22 de octubre en la segunda edición de Fruit Attraction, la feria profesional del sector de las frutas y hortalizas co-organizada por IFEMA y la Federación de Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (FEPEX). La delegación almeriense aspira a ser un fiel reflejo de la realidad de la agricultura provincial y, para ello, contará con una amplia representación no sólo de comercializadoras de productos en fresco, sino también de casas de semillas, empresas productoras de fauna auxiliar, e incluso, centros de investigación, como es el caso de la Fundación Cajamar o el Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA. El objetivo no es otro que

mostrar a los miles de visitantes al evento las posibilidades que ofrece la agricultura de Almería.

La importancia alcanzada por la feria en apenas un año es tal que las compañías almerienses no han querido faltar a la cita. Y es que no es para menos. En esta edición 2010, Fruit Attraction contará con más de 450 expositores, entre ellos, empresas procedentes de Argelia, Argentina, Francia, México o Países Bajos, que ocuparán algo más de 11.000 metros cuadrados de exposición, casi el doble de hace un año.

De este modo, la producción en fresco de Almería estará representada por comercializadoras como Grupo Agroponente, Agrupalmería, AgrupaEjido o Canalex. Todas ellas llegan a la cita dispuestas, en primer lugar, a mantener encuentros con sus clientes habituales y, en segundo lugar, a cerrar acuerdos comerciales con nuevos clientes que caigan 'a los pies' de la agricultura almeriense. La provincia ha avanzado sobremedida en calidad en las últimas campañas y esto le ha valido para convertirse en el origen pre-

ferido de los grandes importadores hortícolas europeos, a pesar del incremento de la competencia por parte de países como Israel, Marruecos o Turquía.

Y mientras las comercializadoras hacen 'negocio', las empresas de la industria auxiliar, como es el caso de las dedicadas a la producción y comercialización de

fauna auxiliar o las dedicadas a riegos, encuentran en el evento el mejor marco para presentar sus últimas novedades. Desde nuevos productos para combatir plagas, como es el caso de Koppert España, hasta nuevas semillas para todos los cultivos, como es el caso de Rijk Zwaan. En definitiva, todas las empresas almerienses del

sector han encontrado en esta cita una oportunidad para llegar a un mayor número de clientes y, de forma indirecta, extender el ya tan famoso modelo Almería.

ASOCIACIONES

Pero la participación en Fruit Attraction no sólo es cosa de em-

'IN CRESCENDO'

La provincia duplica su participación con respecto a la edición de 2009

■ I. F. G.

La importancia que Fruit Attraction tiene para las empresas almerienses es tal que, en tan sólo un año, la provincia ha multiplicado por dos su participación en el evento. De este modo, si a finales de 2009, cuando tuvo lugar la primera edición de la feria, fueron en torno a una veintena las em-

presas que se desplazaron a la capital de España, en este 2010, son más de cuarenta las compañías de todos los sectores vinculados con la agricultura provincial las que participarán en esta nueva edición del evento madrileño.

Ya hace un año, si bien no todas las empresas almerienses contaron con stand en Fruit Attraction, prácticamente todas

ellas tomaron un primer contacto con la feria. El resultado entonces fue tan positivo que, en esta ocasión, no han querido perder la oportunidad de trasladar todo su 'arsenal' a IFEMA para, por un lado, presentar sus últimas novedades y, por otro, captar nuevos clientes. Fruit Attraction tiene en este año 2010 un carácter mucho más almeriense que en su primera edición.

UNA CITA INELUDIBLE

Almería llega a su cita en Madrid con los deberes muy bien hechos

La provincia almeriense desembarca en Madrid durante tres días y lo hace como el mayor referente de agricultura respetuosa con el medio ambiente del país. Almería cuenta con casi 20.000 hectáreas de cultivos invernaderos producidos en control integrado de plagas, y creciendo. La 'revolución verde' producida en la zona es, hoy por hoy, más verde que nunca.

En los invernaderos se respira otro aire y eso no sólo lo notan los agricultores, sino también

los consumidores que, poco a poco, van siendo más conscientes del grado de calidad que oferta la provincia. Con el objetivo de alcanzar el 100% de superficie con lucha integrada, Almería llega a Madrid para demostrar que el cambio no sólo es posible, sino que es necesario. En la calidad está la diferenciación y, por ello, en la provincia se trabaja para que las hortalizas que aquí se produzcan sean las de mayor calidad y las más apreciadas por los clientes.



■ Productos de calidad.



■ La investigación también está presente. / FHALMERÍA

presas, sino que, para que la imagen proyectada de la agricultura almeriense sea lo más real posible, a la cita no pueden faltar las asociaciones que también conforman todo este entramado. De este modo, junto a la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA), COEXPHAL o FAECA también estarán presentes en el evento. Por su parte, la Asociación de Empresarios Comercializadores Hortofrutícolas (ECOHAL) de Al-

mería llega a la cita con la intención de mostrar ese modelo alternativo de comercialización que son las alhóndigas.

Pero si por algo se caracteriza el sector agrario almeriense es por la innovación continua, buscando siempre una mayor rentabilidad para el agricultor. En este sentido, en esta segunda edición de Fruit Attraction participan tanto el Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA como la Funda-

ción Cajamar. Una y otra entidad participarán en las jornadas técnicas programadas en el marco de la feria. La primera, para hablar de IV gama y, la segunda, para debatir sobre innovación y competitividad. En el caso concreto del CT TECNOVA, será su gerente, M^a Carmen Galera, quien ofrezca la ponencia, mientras que, por parte de la Fundación Cajamar, lo hará el director de la Estación Experimental 'Las Palmerillas', Roberto García Torrente. Almería

tendrá una importante presencia en la segunda edición de Fruit Attraction. Y es que las empresas

han encontrado en el evento madrileño un perfecto aliado para la difusión de sus novedades.

Montenegro RZ
Sabor y conservación en verde

Palermo RZ
Paladar dulce

La seducción de un bocado

Angela RZ
Menor absorción de aceite

Quarto RZ
Pepino snack

Salanova.
Taste the nova way of living

ESTADÍSTICAS

España lidera la exportación de frutas y hortalizas

■ CIA

España es el primer exportador mundial de frutas y hortalizas, seguido de EEUU y los Países Bajos, y uno de los principales países productores, según la federación de Exportadores. Las exportaciones españolas de frutas y hortalizas frescas superaron en el primer trimestre de 2010 los 2.600 millones de euros. El consumo de frutas en los hogares españoles en el primer trimestre de 2010 ha crecido un 12%, con relación al mismo periodo del año anterior, totalizando 1,1 millones de toneladas, mientras el de hortalizas aumentó un 5,5% contabilizando 684.047 toneladas. Unos datos que reflejan, según la valoración de FEPEX, una fuerte recuperación del consumo de frutas y hortalizas, que también se produjo en valor. El consumo de frutas en valor creció un 11% totalizando 1.512 millones de euros y el de hortalizas, un 12% lo que totaliza 1.204 millones de euros.

REPRESENTACIÓN

Más de 400 empresas están presentes en la feria madrileña

■ CIA

Las cifras que maneja la organización ponen de manifiesto que más de 400 empresas del sector hortofrutícola que operan en el mercado internacional acudirán como expositores a Fruit Attraction. Una convocatoria que ha alcanzado todos los objetivos en cuanto a superficie y participación. Entre las empresas que estarán presentes en la segunda edición de la feria se encuentran las compañías líderes del sector procedentes de las principales zonas nacionales productoras como Andalucía, Murcia, Extremadura, Canarias, Cataluña, La Rioja, Aragón, Madrid, Castilla La Mancha y Galicia. Además, se suman este año Castilla y León, Navarra, País Vasco y Comunidad Valenciana.

EN LA FERIA

ECOHAL facilita un espacio de 256 metros cuadrados a sus asociados

LA FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS APUESTA POR LA CITA MADRILEÑA Y MULTIPLICA POR 16 LA SUPERFICIE DEL STAND EN ESTA EDICIÓN 2010

■ José Esteban Ruiz

Después de la experiencia de la pasada edición las empresas que integran la Federación de ECOHAL acuden a Fruit Attraction incrementando su presencia. De un expositor de 16 metros cuadrados que mostraron en la anterior celebración han pasado a contar con una superficie de 256 metros cuadrados. Este notable aumento pone de manifiesto la apuesta de las asociaciones de Empresarios Comercializadores de Frutas y Hortalizas por el encuentro que se desarrolla en Madrid desde el 20 al 22 de octubre.

En 2009 los empresarios que participaron en la feria internacional regresaron a Andalucía con un buen sabor de boca. En aquella ocasión solicitaron un espacio dentro del rincón reservado para la oferta de Andalucía, amparado el mismo por la Junta de Andalucía. Este año, a tenor de las expectativas puestas en el encuentro internacional, han querido multiplicar por quince su presencia.

Cada asociado contará con un espacio individualizado en el que podrán llevar a cabo diferentes reuniones con clientes. Así, cada empresa contempla una agenda repleta de entrevistas con el fin de hacer negocios, que al fin y al cabo, es el gran objetivo de todas las empresas que se desplazan a la capital durante esos días e invierten en eventos de este tipo.

De esta forma, estarán presentes, entre otras comercializadoras, Alhóndiga La Unión, Hortofrutícola Costa de Almería, Hortícola Guadalfeo, Mercomotril, Miguel García Sánchez, Fulgencio SPA, Frutas Los Curso, frutas Rafael Manzano, Agrupación Labradores El Pozuelo y Eurocastell. Así se repartirán once espacios individuales dentro del macro escenario dedicado al tejido empresarial de ECOHAL. No obstante, desde la Federación han manifestado que mantendrán un espacio común para todos las empresas con el fin de habilitar una serie de ser-



■ Participación de ECOHAL en la primera edición de Fruit Attraction. /FHALMERIA

Una muestra de solidez y apuesta por la cohesión

■ J. E. R.

El trabajo que realizan en ECOHAL tiene como principio básico la coordinación y la solidez de las decisiones con el objetivo de que se adopten acuerdos que beneficien a todos. Fruto de la unión y el consenso que rige la política interna se manifiesta esta participación conjunta de las empresas asociadas. Sobre esta presencia conjunta en la feria madrileña, el presidente de la asociación almeriense de ECOHAL, Juan Enrique Vargas ha concretado que "asistimos bajo el paraguas de ECOHAL porque la asociación tiene un objetivo cohesionador de los empresarios del sector, respaldando sus intereses sectoriales e inquietudes profesionales, lo cual viene a suponer estrechar relaciones que finalicen en mejoras de la actividad agraria y con ello, la situación de los agricultores, y a la vez, la unión de operadores nos permite mayor solidez y operatividad ante las presiones del mercado".



■ ECOHAL presenta sus nuevos envases. /FHALMERIA

vicios como catering, o un lugar destinado al almacenaje.

Por otra parte, el resto de empresas integradas en la federación de ECOHAL que, finalmente, han decidido no exhibirse en Fruit Attraction, también tienen la posibilidad de llevar a cabo su agenda de entrevistas en el expositor de ECOHAL.

Con esta extensa muestra empresarial, la aportación al expositor llega a ser de lo más variado. Por tanto, la oferta de frutas y hortalizas que se podrá contemplar en el espacio de ECOHAL abarca desde las hortalizas que se cultivan en los invernaderos de las provincias de Almería y Granada, tales como todos los tipos de pimiento, tomate, berenjena, calabacín, pepino,

cherry y la judía. Además, otro atractivo lo protagonizarán los productos subtropicales. La chirimoya típica de la zona granadina de Almuñécar y Motril, así como el aguacate y el mango de la Costa granadina y malagueña, darán colorido al stand.

Esta segunda edición de la feria internacional del negocio hortofrutícola que se celebra en Madrid está acaparando la atención de la oferta en origen nacional. A un mes del comienzo del evento la organización había superado sus expectativas iniciales y el recinto de IFEMA en el que se desarrolla el encuentro ya contabilizaba más de 450 expositores. Sin duda, también para ECOHAL comienza a ser una cita anual obligatoria.

A partir
de
septiembre

Para ir a subasta



presenta tus judías y pimientos en su nuevo envase

Para seguir siendo competitivos, a partir del 1 de septiembre de 2010 de forma voluntaria, y obligatoriamente desde el 16 de septiembre del mismo año, las judías y pimientos lamuyo e italiano en cualquier color van a subasta en un nuevo envase no retornable. Infórmate en tu alhóndiga o centro de subasta.

Es un mensaje de



PRESENCIA

Los productos hortícolas de Francia llegan al IFEMA

■ R. V. A.

La vecina Francia no ha querido perderse la ocasión y también está presente con una buena representación de sus productos hortofrutícolas en la feria Fruit Attraction. Es más que considerable el incremento que se ha producido entre el año pasado y esta edición del número de empresas galas que se han desplazado a Madrid para participar activamente en el evento.

En concreto, la participación francesa está organizada por Sopexa. Se trata de una empresa que se ha especializado en la promoción de productos agroalimentarios de ese país. Ésta cuenta con un espacio expositivo de 200 metros cuadrados que, además, se reparten en dos stands que se sitúan, como no podía ser de otra manera, en el pabellón 10.

Los visitantes, por lo tanto podrán descubrir y probar productos de las empresas galas Blue Whale, Prim'land, BVL y UGPban, reunidas en un stand de 64 metros cuadrados, así como de Saint Charles Export, que cuenta con una superficie de exposición de 128 metros cuadrados.

Por otra parte, los espacios 'France Bon Appétit' forman parte de acciones de apoyo del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Pesca francés.

GRAN PROGRESIÓN

La feria duplica su superficie en tan solo un año y se hace aún más fuerte

EL 80 POR CIENTO DE LOS EXPOSITORES SON EMPRESAS PRODUCTORAS Y EL 20 RESTANTE PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS

■ Rafa Villegas

La primera edición de Fruit Attraction fue, prácticamente, la de su presentación mundial y la segunda va a ser la que la consolide y la sitúe en las agendas de todas las comercializadoras y distribuidoras. Prueba de ello es que antes de cerrarse el plazo de solicitud de stands ya se había alcanzado la cifra de 450 expositores directos. De ellos, el 80 por ciento corresponde a empresas productoras y el 20 por ciento restante a proveedores de bienes y servicios. La superficie también ha experimentado un fortísimo crecimiento llegando, incluso, a doblar la del año pasado.

En esta ocasión, además, se han animado a participar un mayor número de empresas procedentes de comunidades autónomas como Castilla y León, Navarra, País Vasco y la Comunidad Valenciana, que tuvieron escasa representación en 2009.

Del mismo modo, respecto a la participación de expositores internacionales, éstos también se han incrementado, especialmente los procedentes de Italia, Francia, Portugal, Argelia, Mé-



■ Los pasillos de la feria durante la pasada edición de 2009. / FHALMERÍA



■ La verdura fue protagonista el año pasado. / FHALMERÍA

xico, Argentina y los Países Bajos, entre otros.

Además de la actividad comercial, la feria ofrece un sinfín de actividades paralelas. Por un lado, destaca la celebración de diferentes jornadas técnicas, donde se abordarán los temas de mayor interés para los profesionales de la industria y, por el otro, se desarrollarán acciones destinadas a promover el consumo de frutas y hortalizas bajo el nombre de Fruit Fusion, entre las que destaca el I Concurso Nacional de Tallado de Frutas o el II Congreso Gastronómico.

IMPORTANCIA

Las principales empresas del sector de las frutas y hortalizas están en el evento agrario

■ R. V. A.

La segunda cita con Fruit Attraction llega respaldada por las empresas más importantes del sector hortofrutícola. Prueba de ello es que en Madrid están representadas firmas tan conocidas en el ámbito nacional como es el caso, entre otras, de Anecoop, Bonnysa, Paloma, Florette, Frutaria Royal, así como Grupo Ibérica, Fontestad, Perlim, Banacol y Vip Val Venosta. Del mismo modo están presentes empresas proveedoras como Dow Agrosiences, Bayer, Du-

pont, Syngenta, Monsanto y, como no podía ser de otra manera, la entidad financiera almeriense Cajamar. Éstas últimas son de sobra conocidas por los agricultores de la provincia de Almería. Y es que, la importancia del campo almeriense ha hecho que la mayoría de ellas tenga sucursal en la zona, especialmente en las comarcas del Poniente y en el término municipal de Níjar.

Lo que está claro es que el pabellón 10 del IFEMA, lugar en el que se celebra desde el 20 al 22 de octubre la feria hortofru-



■ Hortalizas. / FHALMERÍA

tícola más importante de cuantas se celebran en el territorio nacional, Fruit Attraction, va a ser un ir y venir de miembros del sector procedentes no sólo de todos y cada uno de los puntos de la geografía nacional, sino tam-

bién de diferentes países internacionales, muy especialmente los pertenecientes a la Unión Europea y el Norte de África.

UN ÉXITO ANUNCIADO

El hecho de que Fruit Attraction haya logrado, con tan solo una edición a sus espaldas, posicionarse tan bien dentro del panorama internacional de ferias tiene mucho que ver con las cifras de exportación nacionales. Y es que, cabe recordar que España es el primer exportador mundial de frutas y hortalizas. Le siguen,

según los últimos datos, Estados Unidos y los Países Bajos. Además, el ibérico es uno de los principales productores también del mundo.

En concreto, las exportaciones españolas de frutas y hortalizas frescas superaron en el primer trimestre de 2010 los 2.600 millones de euros. Asimismo el consumo de frutas en los hogares españoles en el primer trimestre de 2010 ha crecido un 12 por ciento, con relación al mismo período del año anterior, totalizando 1,1 millones de toneladas, mientras el de hortalizas aumentó, en concreto, un 5,5 por ciento contabilizando 684.047 toneladas. Se trata de unos datos que, para FEPEX, suponen "una fuerte recuperación del consumo de frutas y hortalizas".

TODA UNA VIDA

José María Planells cede la Dirección General de Anecoop a Joan Mir

PLANELLS SE JUBILA HABIENDO DEDICADO 35 AÑOS DE SU VIDA LABORAL A DIRIGIR LA EMPRESA LÍDER EN FRUTAS Y HORTALIZAS

■ José Esteban Ruiz

Anecoop cumple en estas fechas 35 años. La mayor plataforma comercial de frutas y hortalizas ha llegado hasta aquí bajo una única dirección, la desempeñada por José María Planells, que ha dedicado su vida profesional a mejorar la estructura de esta firma reconocida mundialmente. Desde el pasado día 1 de octubre ha dejado su cargo con motivo de su jubilación, dando el relevo en su cargo a Joan Mir. Planells, como comenta Juan Safont, presidente de Anecoop, “ha dedicado la inmensa mayoría de su vida laboral y su actividad profesional a la creación y consolidación de esta empresa cooperativa, atendiendo



■ José María Planells ha sido director general de Anecoop en sus 35 años de historia.

a los criterios de equipad y solidaridad, entre otros”. Por ello, la familia que configura Anecoop le está muy agradecida.

Joan Mir era hasta la fecha subdirector general de Gestión y Estrategia de Anecoop. Sobre el nuevo director general y la nueva eta-

pa, Juan Safont augura el comienzo de “un proceso modélico de transición y renovación en Anecoop y sus cooperativas, con

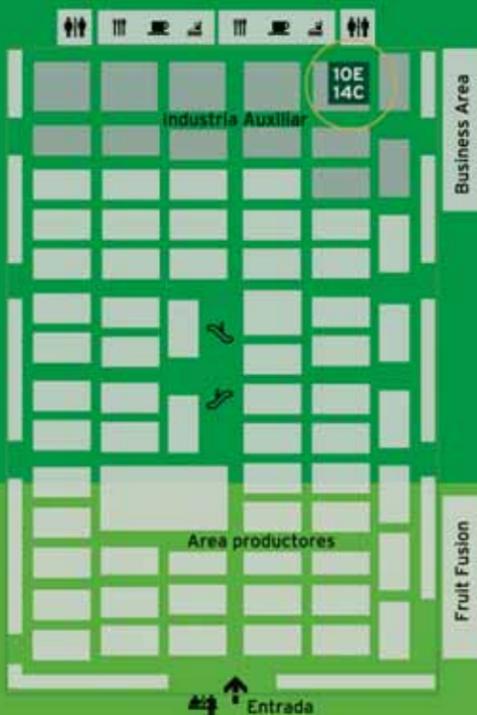
un nuevo director que dirigirá el trabajo de todas las personas, empleados y cooperativistas que formamos este grupo de empresas”.

“Una etapa de transición muy positiva”

El hasta ahora director general, único a su vez en los 35 años de historia que acumula Anecoop, José M^a Planells, ha valorado positivamente esta nueva etapa de transición para Anecoop. Sobre ello, José María Planells ha señalado que “tras mi trayectoria profesional al frente de esta empresa era necesario plantear un proceso de transición en la Dirección General de forma prudente y unánime, tal como requiere una estructura y trayectoria tan consolidada como Anecoop, de forma que se garantice la continuidad del éxito empresarial del grupo de empresas”.

Ven a visitarnos durante el ferial al stand 10E 14C y conocerás las últimas novedades de nuestra gama de melón, pimiento, tomate y sandía.

¡ Contamos con tu presencia !



Ven a vernos
Stand 10E 14C

DE RUITER SEEDS
HYBRID SEEDS

Seminis

MONSANTO

LIVINGPROOF

© Monsanto Agricultura Española, S.L. Todos los derechos reservados. 052009

INCITANDO EL CONSUMO

La promoción de las frutas y hortalizas será clave en la cita agrícola



■ Sandía talladas. / FHALMERÍA

■ R. V. A.

La feria no es sólo un lugar en el que se cierran acuerdos comerciales y se exponen los productos hortofrutícolas, también es el sitio idóneo para promover el consumo de frutas y hortalizas. Para ello, un año más, Madrid Fusion ha organizado Fruit Fusion. Bajo esta denominación se van a realizar diferentes actividades que, sin lugar a dudas, no van a dejar indiferente a nadie.

Así, por ejemplo, en colaboración con el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), Madrid Fusion tiene previsto organizar el que será ya el II Congreso Gastronómico de Frutas y Hortalizas para el Canal Horeca, además de un 'Show cooking' a cargo de prestigiosos cocineros nacionales e internacionales y actividades específicas para el público infantil, éstas organizadas con la colaboración de 5 al día y Fontestad.

Por otra parte, siempre bajo la denominación de Fruit Fusion, Fruit Attraction estrena una interesante actividad. Se trata, concretamente, del que será el I Concurso Nacional de Tallado de Frutas.

La organización de este concurso corre a cargo de los dos organizadores de la feria, como son FEPEX y el IFEMA, que han contado con la estrecha colaboración de Madrid Fusion y del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

Un grupo de expertos ha sido el encargado de seleccionar, en función de dos factores básicos, como son la formación y la experiencia, a los diez participantes. Éstos proceden de un total de nueve comunidades autónomas. Los elegidos vienen, concretamente, de las provincias de Huelva, Ibiza, Getafe, Badajoz, Tarragona, Guipúzcoa, Mallorca, Madrid, Pontevedra y Valencia.

Entre el jurado de expertos que decidirá el ganador se encuentra Judit Comes, actual campeona europea de talla de sandías. En concreto se otorgarán premios al primer, segundo y tercer puesto. Además, todos los participantes se llevarán un diploma de recuerdo.

El concurso dará comienzo el día 22 a las once y media de la mañana con una prueba cronometrada de 90 minutos para la realización de una pieza. A la una y media de la tarde se entregarán los premios.

ACTIVIDADES PARALELAS

La organización, innovación y modernización centran las jornadas técnicas en Madrid

LA FERIA ACOGE EL PRIMER CONGRESO INTERNACIONAL DE UVA DE MESA SIN SEMILLA, CONOCIDO COMO GRAPE ATTRACTION

■ Rafa Villegas

Los dos organizadores de la feria, FEPEX y el IFEMA, han decidido que esta edición de la feria Fruit Attraction destaque también por las actividades paralelas que van a desarrollar durante los tres días que dura el evento.

En esta ocasión, las actividades paralelas se centran en dos ámbitos, principalmente. Por un lado están las jornadas técnicas. En ellas se abordarán los temas de mayor interés para los profesionales de la industria hortofrutícola. Concretamente, en esta segunda edición del evento agrícola más importante en el ámbito nacional, se celebrarán un total de tres jornadas.

La primera de ellas tratará sobre un tema que es recurrente en toda Europa, se trata de la 'Organización del sector de Frutas y Hortalizas en Estados Unidos, incluidas las relaciones con la gran distribución'. Y es que, las exportaciones a ese país norteamericano son, en la mayoría



■ Madrid Fusion el año pasado. / FHALMERÍA

de los casos, retos aún pendientes de consolidación. Otro tema que, sin lugar a dudas, va a interesar mucho a los miembros del sector agrícola que se desplacen a Madrid desde la provincia de Almería es el de la 'Modernización de invernaderos'. Finalmente, la última jornada técnica tratará la temática de la 'Aportación de los centros tecnológicos para acelerar el proceso de innovación en el sector hortofrutícola'. Cabe recordar que, por ejemplo, gracias a TECNOVA o el IFAPA de La Mojonera la agricultura almeriense cuenta, cada vez más, con

más innovación para aplicar en todos los campos.

Del mismo modo, en el marco de las actividades paralelas que se han previsto para esta edición de Fruit Attraction, la 2010, también se va a organizar el denominado Foro de Innovación. En este marco, los expositores tendrán la oportunidad de presentar todas sus últimas novedades. Asimismo, en esta ocasión también tendrá un protagonismo especial la uva de mesa. Y es que, en la feria se va a celebrar el I Congreso Internacional de uva de mesa sin semilla: Grape Attraction.

PRODUCTORES DE FRUTA DULCE

Prodeca organiza la participación de las empresas catalanas en la cita agrícola

■ R. V. A.

Prodeca es la encargada de organizar la participación catalana en la feria madrileña Fruit Attraction. Precisamente desde Prodeca han resaltado cómo este evento es "un salón dirigido al público profesional del sector de las frutas y hortalizas, que tiene como objetivo convertirse en el punto de encuentro de los profesionales del ámbito hortofrutícola, además de presentación de novedades e innovación, facilitar los contactos comerciales y reforzar el mercado español de frutas y hortalizas".



■ Frutas. / FHALMERÍA

En la primera edición de Fruit Attraction, que tuvo lugar el año pasado, Prodeca contó con 330 expositores de los que 270 correspondían a empresas pro-

ductoras y 60 a proveedores. Todo ello en una superficie total de exposición de 22.000 metros cuadrados.

LA DULZURA CATALANA

Cabe recordar que Cataluña es el área más importante de producción de fruta dulce de toda España. Es más, según han explicado desde Prodeca en una nota informativa, "Cataluña es el cuarto productor del mundo en varios productos, concretamente de pera, melocotón y nectarina; además del vigésimo productor mundial de manzanas.

Los espacios expositores catalanes son siempre de los más visitados por los diferentes comerciales nacionales y de países terceros.

ACUDE CON TODAS SUS NOVEDADES

Grupo Agroponiente muestra su apuesta por la calidad tanto en producto como en diseño

■ I. Fernández

Grupo Agroponiente llega por segundo año consecutivo a Fruit Attraction para mostrar su oferta hortofrutícola de calidad. Una oferta que, ni mucho menos, está reñida con su presentación, cada vez más innovadora. Agroponiente y Vegacañada, las dos empresas que componen el grupo, acuden a la cita con el claro objetivo de dar a conocer su amplia gama de productos, entre los que se cuentan tomate, pimiento, berenjena, calabacín, judía, melón o sandía. Asimismo, ambas comercializadoras incidirán en las marcas bajo las que se presentan cada uno de estos alimentos.

La envergadura del evento, que este año contará con más de 450 expositores llegados, muchos de ellos, de países como Francia, Italia, México, Argelia, Países Bajos o Portugal, ha favorecido que este grupo empresarial no quiera perderse la cita, entre otras cosas porque ésta se presenta como una ocasión idónea, según indicaron



■ Stand de Grupo Agroponiente en la edición 2009 de Fruit Attraction. / FHALMERÍA

desde el grupo empresarial, para “convertir ese stand en un punto de encuentro para sus habituales clientes y un lugar de difusión de

sus productos para empresas del sector, en general”.

De este modo, y en el caso concreto de Agroponiente, la comer-

cializadora llega a IFEMA con el claro objetivo de potenciar su marca homónima, una apuesta, dijeron, “clara por la comerciali-

zación en envases de plástico no retornables, que el Grupo ha liderado en el campo almeriense y que ya se ha asentado en los mercados”. De este modo, incidirán en la calidad y la presentación como elementos que caracterizan a esta nueva marca, “diseñada a partir de las exigencias de nuestros clientes y con la complicidad de nuestros agricultores”.

Todo ello sin olvidar al resto de marcas habituales de la empresa, como Poniente, Delicias u Oh!.

Por su parte, Vegacañada volverá a destacar su marca Cañada Natural. Una marca que, según la comercializadora, ha alcanzado “las cotas más altas de valoración en todos los mercados europeos y en todas las variedades de este producto, desde los tomates lisos, sueltos, pera o racimo hasta los de características especiales, como el Raf o el Rebelión”.

Para mostrar todo esto, Grupo Agroponiente contará con un espacio propio en el pabellón 10 de IFEMA, donde recibirá a todos los clientes que quieran acercarse así como también a todos los interesados por conocer un poco mejor a una de las mayores empresas de la provincia, no sólo por volumen comercializado, sino también por presencia en mercados exteriores.

Agroponiente

La revolución de la Calidad.

Un producto tan sano,
que hasta tus hijos podrán
jugar con él.

Después de más de dos décadas, Grupo Agroponiente sigue a la vanguardia de los procesos de mejora en la agricultura. Su gran reto, hoy por hoy, se basa en encontrar fórmulas que mejoren la productividad del campo y, al mismo tiempo, satisfagan las demandas de los más exigentes mercados.

Fruto de ese trabajo, en esta campaña se culmina la gran 'revolución de la calidad', que afecta tanto a producto y envase como al servicio al cliente, singularizada en el envase de plástico no retornable que encarna las nuevas normas de tipificación y, al mismo tiempo, supone un producto fresco y recién salido del campo, pero también moderno, manejable, transparente y abierto al cliente.

Un producto de reconocida solvencia, calidad y seguridad.

www.agroponiente.es



Grupo

Agroponiente



Agroponiente S.A.
Ctra. Málaga Km. 87
04700 El Ejido
Ctra. de Guardias Viejas Km. 1
04700 El Ejido
Ctra. Nacional 340 Km. 392
04770 La Curva - Adra

Agroponiente
Natural Produce, S.L.
C/ Países Bajos, 1 Pol. La Redonda
04700 El Ejido
Ctra. de Guardias Viejas Km. 1
04700 El Ejido
Camino del Calvo s/n
04110 Campovermoso - Nijar
Nave Euroberja
Pol. Ind. La Tomillera
04760 Berja

Vegacañada, S.A.
Autovía del Mediterráneo
Salida 456
Paraje Los Mayorales s/n
El Alquíán - Almería

FRUTAS Y HORTALIZAS DEL SUR

La Junta de Andalucía arroja la participación de las empresas de la región en la feria internacional

EL ESPACIO EXPOSITIVO INSTITUCIONAL ESTARÁ DIVIDIDO EN DOCE ISLAS DE 128 METROS CUADRADOS CADA UNA, EN TOTAL, 1.536 METROS

■ José Esteban Ruiz

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía estará presente en la próxima edición de la feria Internacional del Negocio de las Frutas y Hortalizas que se celebra en la capital de España. La intención de la Administración regional es apoyar al tejido empresarial andaluz actuando como plataforma para posibilitar la mayor presencia del sector hortofrutícola de Andalucía en este encuentro de referencia mundial. De esta forma, como viene siendo habitual en todas las ferias de estas características que se celebran en distintos puntos del planeta, impulsa la internacionalización de las empresas, aspecto vital, como coinciden en todos los foros empresariales, en un mercado globalizado como el actual.

La Consejería que dirige Clara Aguilera estará presente en la feria con un espacio expositivo

de 1.536 metros cuadrados. Esta superficie estará delimitada en 12 islas de 128 metros cuadrados cada una. De estas 12 islas, explican desde la Consejería de Agricultura y Pesca, en 11 estarán ubicadas todas las firmas que hayan apostado por el distintivo de Calidad Certificada de la Junta. Además, en este bloque se podrá contemplar la actividad y oferta de empresas integradas en asociaciones hortofrutícolas del sur, tales como COEXPHAL, ECOHAL, Freshuelva, Asociafruit y la Federación Andaluza de Cooperativas Agrarias (FAECA).

La superficie expositiva ocupada por el stand institucional de la Consejería de Agricultura y Pesca, señalan desde la Administración, albergará un espacio destinado a la degustación de frutas y hortalizas, así como bebidas, para dar servicio a los expositores andaluces que acuden a la muestra en colaboración con Agricultura. Además de las firmas que se desplazarán hasta la capital para participar junto a la Junta de Andalucía, el recinto ferial contará con la presencia de otras empresas del sector hortofrutícola andaluz que convertirán a Andalucía en una de las co-

munidades autónomas con mayor representación.

EMPRESAS

Entre las empresas que cuentan con la distinción 'Calidad Certificada' para sus productos acuden bajo el paraguas de la Junta: Primaflor, Agrupalmería, Vegaña, Agrupapulpi, Canalex, Trops, Las Hortichuelas, Moguer Cuna de Platero, Grufesa, El Grupo, Centro Sur, Caparrós Nature, Frutas Los Cursos y Costa de Almería. Además, han decidido estar en Fruit Attraction con la Consejería, Unica Group, CASI, Femago, Agrocstell, Agropniente, Indasol, Vicasol, Grupo Fashion, Inter Terra, Frutaria, Hortifrut Euroberry, Patata Temprana de Andalucía, Asociafruit, Five Senses Group AIE, Citran, Freshuelva, Asociación de Citricultores de la Provincia de Huelva (ACPH), El Bosque, Fresón de Palos, Asociación de Cooperativas de Granada, Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería, APROA, HORTYFRUTA, Agrocolor y Proyecto Ingenio, Granagenil, Granada La Palma, Los Gallombares, Coepe-



■ Clara Aguilera con Agroponiente en Fruit Attraction. / FHALMERÍA

rativa Agrícola San Francisco, Cooperativa Agrícola San Isidro de Loja, Palmanaranja, Naranjas del Valle Guadalquivir, ECOHAL, Agruportícola, Eurocastell, Merco Motril, Alhóndiga La Unión, Fulgencio SPA, Hortícola Guadalfeo, Frutas Rafael Manzano, Agrupación Labradores El Pozuelo, Grupo La Caña y Agrupajeido.

En la primera edición, la Junta de Andalucía también apostó por la feria madrileña como un lugar de referencia para que las entidades regionales dedicadas a la comercialización de frutas y

hortalizas contarán con un rincón en el que llevar a cabo sus encuentros de negocios con sus clientes. Las sensaciones fueron positivas, por lo que Clara Aguilera, consejera del ramo, ha mostrado de nuevo el mismo interés.

La Feria Profesional del Sector de Frutas y Hortalizas que organiza IFEMA se ha convertido en el encuentro internacional de referencia para todas las zonas productoras de productos hortofrutícolas del territorio nacional, con presencia, en esta ocasión, de todas las regiones.

PARA EL CONSUMIDOR CON DUDAS

Agricultura y Pesca habilita una línea de consulta sobre productos agroalimentarios

■ J. E. R.

La Consejería de Agricultura y Pesca ha puesto en marcha un innovador servicio de información destinado a solucionar las dudas sobre calidad agroalimentaria de los consumidores. Se trata de la línea telefónica 900 100 320. A través de medidas como ésta, "la Junta de Andalucía trabaja de forma continua en facilitar una información transparente sobre el proceso de elaboración, producción y transformación de las materias primas en alimentos seguros y de calidad". Además, la línea sirve de canal de información sobre los rasgos identificativos de los productos amparados por más de medio centenar de denominaciones de calidad, co-



■ Alimentos andaluces.

laborando en la difusión de la excelencia de la producción agroalimentaria y pesquera.

PROMOCIÓN

Más de 2.100 productos agroalimentarios se ponen en el mercado con el sello de 'Calidad Certificada'



■ Productos con el sello Calidad Certificada. / FHALMERÍA

Una de las grandes apuestas de la Administración andaluza es la promoción de los productos que se comercializan con el distintivo 'Calidad Certificada'. Desde que se crease este sello, las empresas agroalimentarias andaluzas han apostado firmemente por que aparezca en su oferta. 'Calidad Certificada', creada en 2001, identifica a productos que superan unos controles específicos y los diferencia de otros competidores. Actualmente, el registro de la marca cuenta con más de 2.100 productos elaborados por 465 empresas. Este distintivo es gratuito y no sustituye a otras marcas obtenidas por los productos, sino que, por el contrario, viene a complementarlas.

IDEAS

Anecoop presentará una campaña que no dejará indiferente a nadie en Madrid

LA COOPERATIVA DE SEGUNDO GRADO TAMBIÉN EXPONDRÁ SU NUEVA LÍNEA DE ENSALADAS DE FRUTAS YA LISTAS PARA COMER

Rafa Villegas

Anecoop prepara una nueva campaña que no va a dejar indiferente a nadie. La cooperativa de segundo grado ha elegido el marco de la segunda edición de Fruit Attraction para darla a conocer y, según han asegurado desde la misma "es muy novedosa, ya que dentro de este sector no se ha explotado mucho la línea que seguiremos".

El espacio expositor de Anecoop será de 64 metros cuadrados o, lo que es lo mismo, media isla del pabellón 10 del IFEMA. En su stand, como ya viene siendo habitual, se producirán las tradicionales reuniones con sus clientes, especialmente nacionales, por tratarse de Fruit



La nueva campaña de Anecoop no dejará a nadie indiferente. / FHALMERÍA

Attraction, si bien es cierto que también esperan la visita de varios clientes procedentes del resto del Viejo Continente.

Por otra parte, Anecoop va a

aprovechar su participación en el evento agrícola para presentar su nueva línea de ensaladas de frutas listas para comer. Se trata de Clink!, un producto que

en otoño tiene ocho combinaciones posibles. Entre ellas destacan, por ejemplo, la única monoproducción, que está compuesta por bastoncitos de kaki; además de varias multiproducción, como la compuesta por gajos de mandarina y granada; otra que incluye kaki, granada y manzana; así como otra de naranja, kaki, uva y kiwi.

Clink!, además, también estará disponible en los meses estivales, entonces será, como no podía ser de otra manera, con productos de temporada, tales como la sandía y el melón de la cooperativa.

Los clientes, visitantes de la feria, así como periodistas de los diferentes medios de comunicación podrán degustar las nuevas ensaladas de frutas de Anecoop ya desde el día 20 de octubre, el primer día de celebración de Fruit Attraction. En el espacio expositor se pondrá, asimismo, un display con toda la información relativa a la nueva línea.

Un producto que no podía faltar, dada la fecha de producción actual, en el espacio expositor de la cooperativa de segundo grado es, sin lugar a dudas, su fruto por excelencia, con permiso de la sandía de primavera-verano. Se trata, concretamente, como cabía esperar, del Persimón.

Desde Anecoop han querido recordar la importancia que tiene para esta cooperativa de segundo grado este producto, que controlan desde el principio hasta el final, como ocurre con el caso de la sandía.

Con el Persimón se unifica la producción, así como los necesarios criterios de calidad, además de la organización de los recursos en los diferentes almacenes.

Por otra parte, obviamente, también tendrán su espacio en el espacio expositor de Anecoop, que cabe recordar que girará en torno a la nueva campaña que se hará pública en la feria agrícola madrileña, las hortalizas de temporada. Ahí, como no podía ser de otra manera, cobrarán mucha relevancia los productos hortícolas procedentes de la provincia de Almería, entre otras zonas productoras del territorio nacional.

think natural



Piense en hortalizas 100% naturales, 0% aburridas.

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

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



ANECOOP
think natural
www.anecoop.com

APOYO

La Fundación presta su conocimiento a través de la Estación Experimental

■ R. V. A.

Además de todos los productos financieros que ofrece Cajamar Caja Rural para todos los miembros del sector agrícola, en general, haciendo un especial hincapié en el de las frutas y hortalizas, la entidad también ofrece otros recursos más que interesantes y que son de una gran utilidad para las empresas hortofrutícolas.

Así, por ejemplo, la entidad, gracias a su Estación Experimental de la Fundación Cajamar, le presta todo su apoyo a la innovación tecnológica para mejorar e impulsar los sistemas de producción y comercialización que sitúan a los productos entre los más conocidos y rentables de Europa.

Del mismo modo, la Fundación Cajamar pone a disposición de todas las empresas del sector que lo requieran su Servicio de Estudios. Se trata de un universo de publicaciones de estudios, otras orientadas a la economía social, otras más dirigidas hacia el cooperativismo, además de análisis, informes y cursos, especialmente relacionados todos, como no po-

día ser de otra manera, con el sector agroalimentario.

JORNADA TÉCNICA

La Fundación Cajamar también va a tener su papel en una de las tres jornadas técnicas que se desarrollarán paralelas a la feria madrileña Fruit Attraction. Así, concretamente, será el director de la Estación Experimental, Roberto García, el encargado de participar en la que se ha denominado 'Modernización de invernaderos'.

Concretamente, la ponencia de Roberto García llevará por título 'La innovación como factor de competitividad de la hortofruticultura española'. También intervendrán en esta jornada técnica la secretaria general de Medio Rural y Agua, Alicia Villauriz, además de la secretaria general del Medio Rural y la Producción Ecológica de la Junta de Andalucía, Mabel Salinas, así como su homólogo de la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia, Ángel García Lidón. En definitiva, la Fundación Cajamar llega a Madrid con mil y un propósitos.

CON LA AGRICULTURA

Cajamar ofrece soluciones financieras para el sector

LA ENTIDAD SIEMPRE HA DESTACADO POR SU IMPLICACIÓN CON TODO LO QUE TIENE QUE VER CON LA AGRICULTURA ESPAÑOLA

■ Rafa Villegas

Desde sus orígenes, cuando aún se denominaba Caja Rural de Almería, la actual entidad financiera Cajamar siempre ha estado vinculada al sector agroalimentario, al que le ha prestado todo su apoyo. Y es que, como bien han explicado desde la misma, "forma parte de nuestra esencia y por ello, a lo largo del tiempo, hemos desarrollado soluciones financieras para nuestro campo".

APUESTA POR EL SECTOR

El apoyo también se traduce en participación en ferias y es por ello que Cajamar Caja Rural no se va a perder la cita con la segunda edición de Fruit Attraction. Todos los visitantes, como ya viene siendo habitual, por lo tanto, podrán conocer de primera mano la experiencia y el conocimiento de la entidad mate-



■ Stand de Cajamar en Fruit Attraction 2009. / FHALMERÍA

rializado en toda una gama de soluciones financieras y servicios.

En concreto, Cajamar ofrece respuestas para llevar a cabo inversiones, soluciones para los gastos que vayan surgiendo a lo largo de la campaña hortofrutícola, soluciones para obtener liquidez, así como para la creación de nuevas cooperativas

agroalimentarias. Del mismo modo, la entidad financiera informará de todos los convenios y acuerdos de colaboración que tiene ahora mismo y que benefician a este sector. Finalmente, Cajamar Caja Rural asegura soluciones para la tan necesaria promoción y desarrollo de los negocios de exportación e importación.

CONCIENCIACIÓN

■ R. V. A.

La cuenta atrás para la segunda edición de Fruit Attraction ya está en marcha, los próximos 20, 21 y 22 de octubre en el recinto ferial de IFEMA tendrá lugar una feria que pretende aglutinar a todo el sector hortofrutícola, tanto el nacional como el internacional.

'5 al día' estará presente en dicha feria principalmente para acercar tanto a visitantes como expositores el trabajo de la Asociación así como diferentes materiales, como ejemplares del estudio 'Las oportunidades de las frutas y las hortalizas en los medios de comunicación', que estará disponible para todo aquel que se acerque a su espacio expositor. Además se presentará el estudio con casos prácticos de diferentes anunciantes del sector hortofrutícola que expondrán sus experiencias en el ámbito publicitario.

Del mismo modo, niños de colegios programados podrán participar en el denominado Taller

'5 al día' promueve el consumo de frutas y hortalizas con stand propio



■ Para la asociación, el consumo de fruta y verdura es fundamental. / FHALMERÍA

de brochetas y en el Juego del menú, organizado por '5 al día' en colaboración con Fruit Attraction y el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

Por otra parte, se expondrán las 20 fotografías finalistas del II Concurso de Fotografía de '5 al día', un certamen que en su segunda edición se ha caracterizado por su alta participación y

calidad de los trabajos presentados.

Además, desde la asociación '5 al día' han asegurado que tienen "preparadas muchas otras sorpresas en nuestro stand para

hacer de nuestro mensaje de salud una apuesta imaginativa y amena". Han querido recordar, además, que los pueden encontrar en la feria, concretamente en el Pabellón 10, en el stand 10E20.

'5 al día' es una asociación sin ánimo de lucro cuyos objetivos son fomentar la mejora de los hábitos alimentarios de los ciudadanos e informar sobre los beneficios para la salud del consumo de 5 raciones diarias de frutas y hortalizas. La asociación cuenta con el apoyo y el compromiso de productores de frutas y hortalizas, cadenas de distribución, organizaciones privadas, instituciones públicas, colegios, etc.

Entre sus acciones destacan actividades como el Programa Educativo '5 al día' o 'Apadrina un Colegio', con los que se trata de implicar a los centros de enseñanza en la transmisión de los valores de una alimentación saludable y en la que ya participan numerosos colegios de toda España.

TOMATE GRUESO

La empresa Semillas Fitó recomienda su tomate grueso extra-precoz Enate

ENTRE LAS VENTAJAS QUE PRESENTA ESTE TOMATE DESTACA LA PRODUCTIVIDAD EN CICLOS CORTOS Y LA CALIDAD DE SU FRUTO

■ José Esteban Ruiz

Una de las principales características que busca el productor en una semilla a la hora de afrontar la campaña es la productividad. Por ello, en Semillas Fitó, para poner en el mercado nuevas variedades, se esfuerzan en mejorar este aspecto. Desde la empresa mantienen, centrándose en una de las zonas productoras de la provincia de Almería, que “los profesionales del Poniente almeriense tienen muy claro que a la hora de seleccionar una variedad de tomate para el ciclo de primavera tienen que elegir pensando en la productividad de la planta, además de la calidad del fruto, y claro está, en las preferencias de los consumidores



■ Variedad de tomate Enate que ofrece la multinacional Semillas Fitó'. / FHALMERÍA

para los que con tanta dedicación cultivan el producto”.

La empresa de semillas ofrece una variedad que se adapta a la perfección a las demandas de los agricultores, cuando éstos optan por el cultivo de un tomate grueso ex-

traprecoz. Para ello, Semillas Fitó ofrece Enate, una variedad avalada por la experiencia de la multinacional española que apuesta por la investigación y el desarrollo, así como por un asesoramiento continuo al agricultor. Se trata de una

variedad que presenta un fruto grueso y la “máxima precocidad del mercado”. La planta se adapta a trasplantes desde mediados de octubre hasta principios de enero. Enate desarrolla una planta de entrenudos muy cortos, “potente

y con buena cobertura foliar, así como una buena actitud de cuaje en frío”, explican desde Semillas Fitó. Asimismo, resaltan que “su principal ventaja es que es una variedad extra-precoz, muy productiva en ciclos muy cortos”.

Por otra parte, en lo que al fruto se refiere, esta variedad puesta en el mercado por Semillas Fitó tiene un tamaño grueso con una buena dureza en postcosecha, lo que la hace compatible con las características que demanda el mercado actual, y permite, por otra parte, destinar el producto a mercados más lejanos.

Desde la casa de semillas, destacan también que “Enate presenta muy buena resistencia a las principales virosis que atacan a esta planta, especialmente al conocido virus del bronceado del tomate y también un excelente comportamiento frente a ‘Blotchy ripening’, una fisiopatía del tomate que afecta a su correcto desarrollo”.

La variedad está avalada por un exhaustivo proceso de investigación y un trabajo de años realizado por el departamento especializado de Semillas Fitó. En este tiempo, se han llevado a cabo ensayos en campo con la colaboración de agricultores que han determinado los buenos resultados que garantizan su éxito.



www.quepongoparaesteotoño.com

SEMILLAS
fitó

Desde 1880,
mejorando contigo

REPRESENTANTES DEL CARTÓN ONDULADO

Grupo Plaform repite en este 2010 tras el éxito cosechado en la edición de hace un año

■ I. F. G.

El Grupo Plaform repite como expositor en Fruit Attraction tras el éxito cosechado en 2009. Así lo indican desde la propia empresa y afirman, además, que el evento se ha convertido en un punto de referencia para el sector de frutas y hortalizas a nivel nacional. Grupo Plaform estará ubicado durante los tres días en el stand 10C10, situado en la zona de industria auxiliar, en el pabellón 10 de IFEMA. En este espacio, la empresa recibirá a todos los clientes que se quieran acercar para conocer sus últimas novedades.

Ya en 2009, la participación de la empresa se saldó con unos resultados muy satisfactorios. De hecho, su stand, de unos 50 metros cuadrados, recibió la visita de numerosos profesionales del sector interesados en conocer la versatilidad y resistencia de este sistema de embalaje de cartón ondulado para frutas y hortalizas. Para 2010, teniendo en cuenta el incremento consi-



■ Stand de Plaform. / FHALMERÍA

derable de participación de expositores en la feria, se espera una afluencia mucho mayor de visitantes profesionales que hace un año, no sólo procedentes de otros puntos de España, sino también de los principales países consumidores de las frutas y hortalizas nacionales.

Ya está todo preparado para que las empresas hagan negocio en este entorno tan privilegiado que supone Fruit Attraction 2010.

OBJETIVOS

Unica Group potencia sus marcas para que el cliente identifique sus productos

■ I. F. G.

Unica Group, el primer fruto del proceso de concentración de la oferta de la provincia, llega a Fruit Attraction dispuesta a que ningún consumidor se quede sin conocer su producto y, para ello, tal y como explica su gerente, Enrique de los Ríos, harán “un esfuerzo” para difundir sus marcas, entre las que destaca ‘Unica’, durante los tres días que dura el evento. Según apunta, llevan tiempo intentando consolidar estos sellos en el mercado con la clara intención de que “el cliente identifique nuestra marca con calidad” y, para ello, harán un especial hincapié en ellas.

Asimismo, y como no podía ser de otra manera en una cita de estas características, los responsables de Unica Group prevén mantener encuentros con sus clientes y, claro está, “hacer negocios”. Y es que, como señala

De los Ríos, “esperamos cerrar trabajos futuros”. Entre esos trabajos podría estar, por ejemplo, abrirse al mercado estadounidense. En este sentido, el gerente de Unica Group confirma que “tenemos previsto reunimos con potenciales clientes llegados de Estados Unidos”.

Para esta comercializadora de hortalizas almeriense, Fruit Attraction se ha convertido en una cita ineludible, no sólo por la participación de otras empresas nacionales, sino sobre todo por la posibilidad de ampliar mercados que ofrece, dada la presencia de exportadores internacionales. Así, De los Ríos afirma que “se celebra en una época inmejorable, a una distancia relativamente corta de nuestro punto de origen y, además, a ella acuden clientes internacionales”. En definitiva, el evento ofrece el marco adecuado para que las empresas puedan seguir creciendo.

NUEVOS PRODUCTOS

El Tigre Verde y el Raf de Caparrós Nature serán sus embajadores en IFEMA hasta el 22 de octubre

LA EMPRESA TAMBIÉN MOSTRARÁ LAS ÚLTIMAS NOVEDADES DE LA GERGALEÑA, ENTRE LAS QUE DESTACA SU LÍNEA DE CONSERVAS ECO

■ Isabel Fernández

El Tigre Verde y el tomate Raf de Caparrós Nature serán los principales reclamos de la empresa en su stand de Fruit Attraction, aunque no los únicos. La comercializadora almeriense ha dejado un hueco importante a su tomate Rebelión y su Cherry (marca Caparrós), novedades con las que acude este año al evento. Según apuntaron desde Caparrós Nature, su Tigre Verde, tomate que comercializan en exclusiva, “fue el producto que más interés despertó” en el stand de la empresa en la edición pasada y, por ello, no han querido perder la oportunidad de seguir mostrando todas sus ‘virtudes’.

Con respecto a su tomate Raf, desde la empresa apuntan que, dado que empieza a comercializarse en diciembre, también tendrá un protagonismo especial en Fruit Attraction. Junto a ambas variedades de tomate, estarán en



■ El Tigre Verde despertó gran interés hace un año. / FHALMERÍA

el stand de la empresa todos los demás productos de su huerta, como son los pimientos, los pimientos, calabacines o berenjenas.

LA GERGALEÑA

En una cita como Fruit Attraction, La Gergaleña no podía faltar y, en esta ocasión, lo hace para promocionar su nueva línea ECO de conservas. De este modo, desde la comercializadora almeriense recuerdan que esta nueva línea de productos está elaborada con hortalizas de primera calidad y certificación ecológica. Así, en el

stand de Caparrós Nature estarán presentes productos como su fritada, mousse de tomate, confitura de Raf rojo o confitura de pimiento rojo. Todos ellos productos de excelente calidad y que, poco a poco, van consiguiendo un mayor calado en los mercados.

Pero para que nadie se quede sin conocer ‘en profundidad’ las virtudes de estos alimentos, la empresa organiza durante su participación en el evento varias degustaciones, en las que destacarán, sobre todo, sus productos en fresco.

EL PRIMER TOMATE

La I.G.P. Tomate La Cañada-Níjar ofrecerá varias degustaciones de su producto durante el evento



■ La I.G.P. ofrece degustaciones en todos los eventos. / FHALMERÍA

■ I. F. G.

El Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) Tomate La Cañada-Níjar ofrecerá degustaciones de su producto durante los tres días que dura el evento en el espacio que tiene reservado dentro del stand de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta. Los visitantes de Fruit Attraction podrán degustar los cuatro tipos de tomate acogidos a esta I.G.P. y que son el cherry, Raf, pera y redondo liso. Asimismo, y mientras disfrutan de estos productos, personal del Consejo Regulador les informará sobre sus características específicas, como son su alto contenido en vitamina C y licopeno, así como el equilibrio entre azúcares y ácidos.

INNOVACIÓN Y TRADICIÓN

Vilmorin muestra en Fruit Attraction las excelencias de su tomate Rebelión

AUNQUE CUENTAN CON UNA AMPLIA OFERTA EN PRODUCTOS SU EXPERIENCIA AVALA SU TRABAJO EN TOMATE, LECHUGA Y ZANAHORIA

■ José Esteban Ruiz

“Nuestra piedra angular en el stand que Vilmorin tiene en Fruit Attraction va a ser Rebelión, un tomate que conjuga a la perfección tradición e innovación”, adelanta Joaquín González, responsable comercial de tomate de Vilmorin. En la casa de semillas definen a Rebelión como un tomate “único en el mercado”. González explica que “es muy apreciado por el consumidor ya que conjuga tradición e innovación. Es tradicional porque recuerda a un tomate marmande asurcado de gran sabor dulce que recupera el aroma de antaño e innovador porque es un fruto que tiene una longevidad de tres o cuatro



■ Tomate marmande asurcado que se caracteriza por su gran conservación postcosecha.

semanas una vez recolectado, por lo que garantiza su conservación y permite exportarlo a mercados más lejanos”. El mayor volumen

de producción de este tomate se obtiene en Almería y Murcia, aunque ha recibido el interés de profesionales de otras zonas produc-

toras importantes. Rebelión ofrece un alto rendimiento al agricultor y gran calidad en su fruto. Vilmorin asegura la alta productivi-

dad para ciclo largo. Además, apenas presenta defectos típicos del tomate por lo que incrementa “aún más su rendimiento”.

Experiencia en zanahoria y lechuga

Otras dos pilares que potenciarán en la feria, además de su línea de tomate, son las gamas de lechuga y zanahoria. Así, presentarán una novedad en lechuga minia romana ‘Habenera’ y otra en lechuga trocadero de invierno con ‘Gaia Verde’. Por otra parte, presentarán ‘Músico’ una zanahoria de contratación con doble aptitud para fresco y manojito. En Vilmorin consideran a la innovación como el eje principal de su trabajo. “Como empresa de semillas nuestra principal función es responder a las demandas de un mercado vivo y dinámico que exige una investigación continua para ofrecer lo que los consumidores piden”.

REBELION F1



LA REBELIÓN DEL SABOR



www.vilmorin.com

■ Juan Jose BENITO, Delegación Sureste, Tel : 648 15 86 02
 Joaquín GONZALEZ, Delegación Sureste, Tel : 649 47 33 76
 Eliseo TOMAS, Delegación Este, Tel : 659 75 85 27
 Juan Antonio BENITEZ, Delegación Sur - CANARIAS, Tel : 649 47 33 77

JUNTOS INNOVAMOS PARA VOSOTROS

■ Vilmorin Iberica S.A. - C/. Joaquín Orozco, 17 bajo
 03006 ALICANTE - ESPAÑA
 Tel : + 34 902 19 34 36 - Fax : + 34 96 592 20 44
 E-mail : ibericalicante@vilmorin.es

Agricultural Marketing - 14813 - 0810

COMERCIALIZACIÓN

Campo de Lorca suma productos a su oferta



■ Melón Galia. / FHALMERÍA

■ R. V. A.

La empresa de la vecina Región de Murcia Campo de Lorca sigue creciendo bajo una actividad marcada por la salud y seguridad alimentarias, la producción bajo criterios de respeto por el medio ambiente y la optimización de los recursos naturales disponibles. La compañía, a través de estos criterios, logra la producción de sus productos estrella, como son brócoli, alcachofa, melón Galia, melón Cantaloup, col Picuda y los nuevos coliflor y melón Amarillo. El objetivo vuelve a ser, como no podía ser de otra manera, lograr la confianza de los mercados de destino y de los consumidores más exigentes.

VANGUARDIA

Rijk Zwaan tiene todo preparado para sorprender con sus últimas novedades en semillas

LA CASA DE SEMILLAS PRESENTARÁ 'MELÓN DE AUTOR', MELLISSIMO, PALERMO RZ, BELLISA RZ, QUARTO RZ, ADEMÁS DE AMOROSO RZ

■ Rafa Villegas

Desde Rijk Zwaan perciben el canal comercial de frutas y hortalizas como un conjunto de clientes y socios, bien sean directos o indirectos, con los que trabajar conjuntamente con el objetivo de aportar nuevos valores a las hortalizas y que, de esta forma, el consumidor final pueda adquirir mejores productos, productos con mejores cualidades en cuanto a sabor, presentación, facilidad de uso, nuevos formatos, etc.

NOVEDADES

Fruit Attraction, al igual que Fruit Logistica en Berlín, en la que Rijk Zwaan está presente desde sus inicios, es un emplazamiento único donde poder presentar sus innovaciones al sector y también poder encontrar

nuevos espacios y foros de discusión y, lógicamente, colaboración. Rijk Zwaan presentará en esta edición de Fruit Attraction una amplia gama de productos y conceptos donde destacan melones Piel de Sapo gourmet 'Melón de Autor' y Mellissimo, pimientos cónicos muy dulces y sabrosos como Palermo RZ y Bellisa RZ, el primer pepino snack dulce y crujiente Quarto RZ, tomates de excelente sabor como Montenegro RZ y Amoroso RZ.

UBICACIÓN DEL STAND

Todo aquel que esté interesado en visitar el espacio expositor de Rijk Zwaan podrá hacerlo dirigiéndose al stand 10B 12 que, como toda la feria, se encuentra ubicado dentro del pabellón 10 del IFEMA. Los visitantes podrán ver y degustar la amplia gama de productos que oferta esta empresa.

En definitiva, la casa de semillas logrará, como ya viene siendo habitual, congregarse alrededor de su stand a un sinnúmero de miembros del sector agrícola, en ge-

neral, y, en esta ocasión, del de las frutas y hortalizas en particular. Y es que, demostrado ha quedado a lo largo de los últimos años que en cada una de las participaciones de la empresa en ferias agrícolas, como es el caso de Fruit Attraction de Madrid y, entre otras, la Fruit Logistica berlina, su espacio expositor es de los que presentan una mayor actividad.

Uno de los secretos que hacen que la empresa tenga tanto tirón, además de la calidad de sus semillas y su más que probado excelente servicio, es que en Rijk Zwaan se empeñan siempre en ofrecer productos novedosos que hagan que sus semillas sean siempre a la par atractivas, de calidad y resistentes al mayor número de enfermedades posible.

La empresa de semillas ya tiene todo preparado para su participación en la segunda edición de Fruit Attraction y, sin lugar a dudas, volverá a hacerlo cada año. Y es que la feria madrileña es ya, pese a su corta vida, un referente internacional para todos los miembros del sector agrícola.

FUTURO

Danmix lanza en el pabellón 10 lo último en maquinaria

■ R. V. A.

Con motivo de la feria FRUIT ATTRACTION, Danmix presentará en su stand 10B12C, sito en el pabellón 10 del IFEMA, las últimas novedades de su representada Kronen GmbH, entre las que se encuentra la cortadora de espirales de hortalizas S021. Esta pequeña máquina de fácil manejo y de dimensiones reducidas permite cortar largas y finas espirales de hortalizas redondeadas y/o alargadas, como por ejemplo zanahorias, remolachas, nabos o patatas, entre otros. Esta sorprendente presentación ofrece a los fabricantes procesadores de hortalizas la posibilidad de dar un toque novedoso a productos con presentaciones convencionales en el mercado, obteniendo unos finos hilos de aspecto atractivo y esponjoso semejantes a la pasta de espaguetis una vez cocida. La empresa llamará, sin lugar a dudas, la atención.

SIEMPRE PRESENTES

Syngenta exhibe su oferta global de semillas y protección de cultivos

■ R. V. A.

Tras el éxito alcanzado el pasado año, Syngenta volverá a presentar su oferta global a los productores hortofrutícolas de todo el mundo gracias a sus tres líneas de productos en el ámbito de las semillas de alto rendimiento (Syngenta Seeds) y de la protección vegetal, como es el caso de Syngenta Bioline y Syngenta Agro.

Como bien es sabido, Syngenta oferta semillas de la más alta calidad y la mejor protección de los cultivos a través de sistemas de Producción Integrada (compatibilizando la acción de productos fitosanitarios e insectos beneficiosos), está claro que los visitantes profesionales a este evento volverán a tener un punto de referencia y encuentro en

el stand de Syngenta. Como es lógico, en la feria se presentarán todas las novedades de la compañía para el sector y los proyectos innovadores que se están desarrollando para dar respuestas globales a las necesidades de toda la cadena agroalimentaria y que son una apuesta clara por la Agricultura Intensiva Sostenible.

CITA INELUDIBLE

Lo cierto es que Syngenta no falta nunca a las citas más importantes del sector de las frutas y hortalizas.

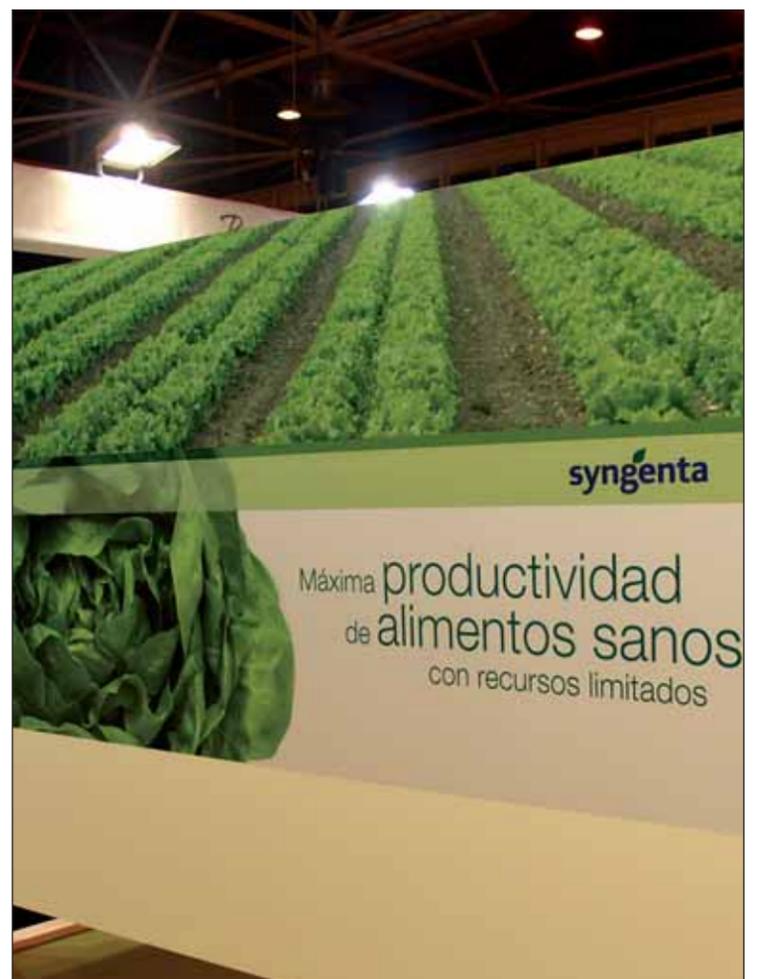
Es por ello que, al igual que a la cita con la feria madrileña de Fruit Attraction, la compañía también está presente, edición tras edición, en el que es, al menos de momento, el evento hortofrutícola más importante de

todo el mundo. Se trata, obviamente, de la feria Fruit Logistica, que se celebra cada mes de febrero en la capital de Alemania, en Berlín.

oferta muy variada

Si hay un aspecto que caracteriza a Syngenta es, sin lugar a dudas, su empeño por aumentar cada vez más su oferta de productos y servicios a los agricultores. Además, desde siempre, la compañía internacional se ha ganado el respeto de todo el sector hortofrutícola gracias, sobre todo, a su exquisito cuidado por ofertar la más alta calidad a sus clientes, tanto nacionales como internacionales.

La fauna auxiliar también ocupa un puesto importante dentro de la oferta de Syngenta. En Almería este extremo lo conocen los agricultores a la perfección.



■ Cartelería empleada por Syngenta en la feria de 2009. / FHALMERÍA

EN CONTINUO MOVIMIENTO

Agrobío trabaja en la optimización de costes de las sueltas de Trichogramma en tomate

■ I. Fernández

Agrobío, empresa productora y comercializadora de fauna auxiliar netamente almeriense, continúa trabajando en la puesta a punto de su último hallazgo, el *Trichogramma achaeae*. Este parasitoide, fruto de un trabajo de investigación conjunto entre la empresa y la Universidad de Almería (UAL), ha mostrado una gran eficacia en el control de la Tuta absoluta o polilla del tomate, una de las plagas más peligrosas para este cultivo. Tanto es así que, en los primeros ensayos realizados, hace ya casi dos años, este parasitoide mostró una eficacia de entre el 92% y el 98% a la hora de parasitar los huevos de la plaga.

Desde hace algo más de un año, el *Trichogramma achaeae* ya está en el mercado, a disposición de los agricultores. Sin embargo, desde Agrobío y la UAL continúan afinando sus trabajos para ofrecer una respuesta mucho más acertada, si cabe, a los agriculto-



■ El *Trichogramma achaeae* se presentó hace ya más de un año. / FHALMERÍA

res almerienses. De este modo, su director gerente, José Antonio Santorromán, comentó que este nuevo insecto auxiliar “está adap-

tándose muy bien” y añadió que “en verano, hemos trabajado con él en algunos invernaderos y no ha habido problemas”.

Entre estos últimos ensayos, desde el Departamento de I+D de la empresa trabajan en la optimización de las sueltas de Tricho-

gramma para, de este modo, reducir costes. En este sentido, el equipo liderado por Enric Vila, jefe del Departamento, trabaja con la biología del *Trichogramma achaeae* bajo diferentes temperaturas, ajustando los protocolos en diferentes zonas y ciclos. Así, por ejemplo, se están realizando ensayos en las zonas más al norte del país y, además, se está experimentando para ver los efectos secundarios de las nuevas materias químicas que van saliendo para el control de Tuta.

Hasta la fecha, los resultados obtenidos por este parasitoide en el control de la plaga han sido más que satisfactorios. Según los expertos, el *Trichogramma achaeae* es muy efectivo para combatir la Tuta en el tiempo en el que el *Nesidiocoris tenuis* -el otro depredador natural utilizado en tomate- se instala en el cultivo, contribuyendo, de este modo, a memar su población.

Aún así, y pese a estos nuevos y positivos resultados, los investigadores de Agrobío son conscientes de que, cuando de lucha integrada se trata, no todo está solucionado. Por ello, se afanan en ir dando soluciones concretas a problemas también concretos que van surgiendo día tras día en el campo almeriense.



Te esperamos en
Fruit Attraction

Stand 10E 14C

www.monsanto.com/livingproof

LIVINGPROOF

DE RUITER SEEDS
HYBRID SEEDS

Seminis

MONSANTO





NUEVAS RELACIONES COMERCIALES

COEXPHAL difunde los valores de la agricultura

■ I. F. G.

La Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (COEXPHAL) participa por segundo año consecutivo en Fruit Attraction, el mayor evento hortofrutícola del país, y lo que, según indican desde la propia Asociación, para “promover las relaciones comerciales de sus empresas asociadas”. Para ello, COEXPHAL cuenta con un espacio expositor de unos 60 metros cuadrados, que comparte con la Asociación de Cooperativas de Granada y, además, con las empresas auxiliares de consultoría y calidad Agrocolor y Projecta Ingenio.

Para continuar con su labor de difusión de las bondades de la agricultura almeriense, la Asociación contará en su espacio expositor con folletos y cartelera que servirán para hacer llegar a todos los interesados aspectos fundamentales de la agricultura provincial, como pueden ser, por ejemplo, su gran capacidad innovadora, la incorporación de las nuevas tecnologías y las energías renovables a los invernaderos o, cómo no, el cambio hacia la lucha integrada. Asimismo, según afirman, “también se mostrará la excelente calidad de los productos hortofrutícolas almerienses, pioneros en certificaciones de calidad”.

Por otro lado, COEXPHAL quiere aprovechar la oportuni-



■ En 2009. / FHALMERÍA

dad que le brinda el evento para lanzar la nueva imagen de su revista mensual ‘Almería en Verde’. La revista del agricultor’. En este sentido, recuerdan que esta publicación ha comenzado la nueva campaña agrícola con una tirada de 12.000 ejemplares.

La Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería agrupa a un total de 70 empresas y representa, aproximadamente, el 70% de la exportación y el 65% de la producción hortofrutícola de la provincia almeriense. En la campaña pasada, la 2009/2010, las empresas asociadas a COEXPHAL comercializaron más de un millón y medio de toneladas de productos hortofrutícolas, que alcanzaron un valor final superior a los 1.400 millones de euros.

Entre los principales mercados de destino de las producciones de sus empresas asociadas se encuentran, según volumen comercializado, Alemania, Holanda, Francia y Reino Unido. En cualquier caso, las compañías siguen buscando nuevos destinos.

UNA GRAN ASOCIACIÓN



■ APROA acude a la cita en representación de sus 58 OPFHs asociadas. / FHALMERÍA

Las OPFHs andaluzas vuelven a apostar por la concentración para mejorar la comercialización

■ Isabel Fernández

La Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Andalucía (APROA) vuelve por segundo año a IFEMA para asistir a la feria hortofrutícola Fruit Attraction. Tras su paso en 2009 por el evento, desde la Asociación han creído conveniente no faltar a esta nueva cita y, en esta ocasión, lo harán, según apuntan, para “representar a las 58 OPFHs asociadas y fomentar la importancia de la concentración y optimización de recursos para la mejora de la comercialización.

A su juicio, “las organizaciones de productores de frutas y hortalizas se constituyen como elementos fundamentales para poder afrontar el futuro con éxi-

to” y, por ello, “APROA integra y coordina a la mayoría de las OPFHs de Andalucía”. En este sentido, desde la Asociación recuerdan que uno de sus objetivos fundamentales es “impulsar la modernización del sector productor y comercializador de frutas y hortalizas, anticipándose y buscando alternativas desde una actitud constructiva e integradora que garantice el futuro de la agricultura.

REPRESENTATIVOS

En la actualidad, APROA cuenta con un total de 58 OPFHs asociadas, repartidas en las provincias de Almería, Cádiz, Granada, Huelva, Málaga y Sevilla. El volumen de producción conjunto de todas las OPFHs asociadas as-

ciende a más de 1’2 millones de toneladas, con una facturación aproximada de 864 millones de euros.

APROA representa una superficie cultivada de casi 30.000 hectáreas, con más de 11.000 agricultores-socios, lo que la sitúa en una importante posición como interlocutora por el grado de representación que ostenta en el sector agrícola andaluz. Entre los productos que comercializan las OPFHs asociadas destacan tomate, pimiento, pepino, calabacín, berenjena, judía, melón, sandía, lechuga. También tomate para transformación, zanahoria, cebolla, aguacate, chirimoya, espárrago, alcachofa, ajos, naranja, limón, melocotón, nectarina, pera, almendra, cítricos, brócoli, fresa, fresón y frambuesa.

MAYOR PARTICIPACIÓN

■ I. F. G.

La Federación Andaluza de Empresas Cooperativas Agrarias (FAECA) tampoco ha querido faltar a su cita con Fruit Attraction y, en esta ocasión, los cooperativistas han querido incrementar su presencia en el evento, dada la importancia que ésta ha adquirido tras la celebración de su primera edición.

De este modo, cooperativas de Almería, Granada y Sevilla compartirán un espacio de unos 200 metros cuadrados donde desarrollarán distintas actividades de forma conjunta. La intención es dejar constancia de la importancia de este modelo asociativo, así

FAECA aumenta su presencia en la nueva edición de la feria y muestra todo su potencial

como de la calidad de todos los productos que comercializan. Y es que las cooperativas andaluzas producen y exportan alimentos tan variados como aceites u hortalizas.

De este modo, las cooperativas de la Comunidad llegan a la cita madrileña con la clara intención de mostrar la gran variedad de productos que comercializan sus socios y, además, con el objetivo de reforzar su posición en el sector. Asimismo, FAECA busca es-

tablecer más y más sólidas relaciones comerciales. Para ello, y gracias a la agenda de contactos y encuentros ya cerrada, se potenciarán las citas con nuevos proveedores.

El marcado carácter internacional que, poco a poco, va adquiriendo el evento lo convierte en una oportunidad más que interesante para que las cooperativas asociadas a FAECA sigan ampliando mercados y, de este modo, creciendo. El potencial de las co-

operativas es tal a día de hoy que, como no podía ser de otra manera, éstas no podían faltar a un evento como el madrileño.

CON LOS CLIENTES

El amplio espacio expositor con el que cuentan las cooperativas facilitará, por otra parte, los encuentros comerciales con los clientes ya consolidados. Y es que las ferias, y en el caso de Fruit Attraction no iba a ser de otra ma-

nera, suponen un marco más que interesante para contactar con unos clientes que, con toda probabilidad, no se ven personalmente en muchas ocasiones a lo largo del año. Así, teniendo en cuenta que la feria se celebra, prácticamente, cuando la campaña hortofrutícola acaba de comenzar, para muchos es una oportunidad para cerrar planificaciones y, por qué no, abrir nuevas vías de negocio.

Las cooperativas andaluzas se trasladan durante tres días a IFEMA y lo hacen para mostrar todo su potencial, no sólo productivo, sino también comercializador. Y es que controlan gran parte de las producciones andaluzas.

FORO DE INFORMACIÓN

AEPLA patrocina un coloquio sobre producción integrada

E. Sánchez

AEPLA llega a la segunda edición de Fruit Attraction con el objetivo de dar a conocer un poco mejor las ventajas y la historia de la producción integrada, una técnica que lleva poniéndose en práctica desde hace décadas en todo el mundo. Así, para esta ocasión, AEPLA, junto con Syngenta, patrocina un coloquio sobre el futuro de la producción integrada, que tendrá lugar el 22 de octubre en el marco de la II edición de Fruit Attraction y que ha sido organizado por el Grupo Europa Agraria. En este sentido, dicho coloquio contará con la participación del director general de Recursos Agrícolas y Ganaderos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), Carlos Escrivano; la directora de Producción Agrícola y Ganadera de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Judit Anda; el director general de Modernización de Explotaciones y Capacitación Agraria de la Consejería de Agricultura y Agua de Murcia, Ángel García Lidón; el subdirector general de Agricultura de la Consejería de Agricultura de la Generalitat de Cataluña, Ramón Lletjós Castells; el responsable de ASAJA en Bruselas, Pedro Narro Sánchez; el director general de AfruCat, Manel Simón; la gerente de la Interprofesional HORTY-FRUTA, María José Pardo, y el director gerente de AEPLA, Carlos Palomar.

SITUACIÓN ACTUAL

Desde AEPLA informan que la gestión integrada de plagas no es un concepto nuevo. En realidad, engloba técnicas que los agricultores llevan poniendo en práctica desde hace décadas en todo el mundo. Sin embargo, ha cobrado una especial notoriedad a raíz de la entrada en vigor de la Directiva de Uso Sostenible que establece su obligatoriedad a partir de 2014. Se trata de una herramienta eficaz para alcanzar una agricultura sostenible, respetuosa con el medio ambiente, económicamente viable y socialmente responsable que permite además, garantizar la seguridad alimentaria y el suministro de alimentos de calidad a una población en constante crecimiento.

Y es que, para AEPLA, erróneamente se piensa que la agricultura integrada es aquella libre de productos químicos, cuando en reali-

dad estos juegan un importante papel en la misma, al actuar cuando los controles biológicos y otras alternativas no químicas resultan insuficientes para proteger los cultivos de las plagas y enfermedades

que los amenazan. “Esta ‘demonización’ a la que viene haciendo frente el sector fitosanitario desde hace años no tiene cabida en el debate actual del futuro de nuestra agricultura, especialmente cuan-

do se reclama por parte de nuestra sociedad una mayor inversión en investigación e innovación de las empresas para garantizar una mejor calidad de vida de las generaciones futuras”. En este sentido, el incremento de los costes de inversión del sector fitosanitario europeo en los últimos diez años ha aumentado cerca de un 70%, algo más de 189 millones de euros.

La seguridad de los productos fitosanitarios queda garantizada

por las buenas prácticas agrícolas llevadas a cabo por los agricultores. Por este motivo, AEPLA valora de manera positiva que los Planes Nacionales de Acción desarrollados por los estados miembros para trasponer la Directiva recojan, entre otras medidas, formación de aplicadores, mantenimiento de equipos, almacenaje de productos, etc., pues el cumplimiento de estas prácticas es la clave para minimizar el riesgo.

Cuando compres fitosanitarios Abre bien los ojos

Utilizar fitosanitarios ILEGALES daña...

TU SALUD TU DINERO EL MEDIO AMBIENTE

AYÚDANOS A ACABAR CON EL TRÁFICO DE FITOSANITARIOS ILEGALES

Avisanos si detectas redes comerciales o personas que todavía los venden o utilizan. Puedes llamarnos de forma totalmente anónima. El futuro de nuestra agricultura está en tus manos.

A LOS FITOSANITARIOS ILEGALES STOP

LLAMADA ANÓNIMA **902 882 081**

www.aepla.es

RECONOCIMIENTOS



■ Productos preparados por Verdifresh. / FHALMERIA

La Asociación '5 al Día' nombra 'socio del mes' a la empresa 'Verdifresh'

■ CIA

La Asociación '5 al Día' ha reconocido el trabajo de la firma 'Verdifresh' otorgándole el honor de ser, durante el mes de octubre, el 'socio del mes'. Esta decisión viene marcada por el alto compromiso que esta compañía tiene con los objetivos y el mensaje '5 al Día', como demuestra su participación como socios en esta asociación desde el año 2007 y la aparición del mensaje '5 al día' en su web oficial, en donde, además de aparecer los consejos de los especialistas sobre el consumo de 5 raciones de frutas y hortalizas al día, se muestra el logo de la asociación que enlaza directamente con su web, donde se explican, más detalladamente, las actividades, objetivos, mensajes y metas que realiza '5 al Día'.

Además, Verdifresh ha colaborado recientemente en el patrocinio del congreso de dietistas-nutricionistas que tuvo lugar dentro del Internacional Horticultural Congress celebrado en Lisboa, que se sucedió a finales de la estación estival, y que hizo posible la participación del secretario del Comité Científico de la Asociación en este evento, en el que también se presentó un póster del Documento Director del Comité.

"Toda su filosofía de venta de productos frescos y saludables, su interés por dar a conocer al consumidor la información nutricional de sus productos, con la inclusión en todos sus envases del logo '5 al Día', ha hecho a la empresa Verdifresh merecedora del título de 'socio del mes'", explican en la firma. Verdifresh es una empresa especia-

lizada en IV gama e interproveedora de Mercadona, elabora productos naturales, frescos, no tratados, sin aditivos y de elevado valor nutritivo listos para consumir. Además de diferentes tipos de ensaladas, producto principal de la firma, Verdifresh comercializa con éxito otros alimentos envasados como acelgas y espinacas, sopas, verduras, patatas al vapor y complementos varios hasta llegar a 22 referencias.

'5 al Día', definen desde Verdifresh, "es una asociación internacional que agrupa a diferentes organizaciones existentes en más de 40 países de los cinco continentes, que desarrollan actividades de promoción del consumo de 5 raciones diarias de frutas y hortalizas frescas de forma global, con resultados contrastados en la modificación de los hábitos alimenticios de los consumidores". Esta iniciativa cuenta con el apoyo de organismos internacionales como la Organización Mundial de la Salud, la FAO y el Instituto Europeo para la Investigación del Cáncer, así como el del resto de foros y organizaciones que promueven la importancia de una dieta equilibrada como factor determinante en la prevención de las principales enfermedades.

Verdifresh cuenta con instalaciones en Ribarroja (Valencia), Antequera (Málaga), Aranda de Duero (Burgos) y Granadilla de Abona (Tenerife), y obtuvo en 2009 una cifra de negocio de 69 millones de euros. Desde su puesta en marcha en 2000, la empresa ha realizado inversiones por valor de más de 60 millones de euros, gran parte destinados a la investigación.

ASOCIACIONISMO

PROEXPORT y sus 'socias' colorean la Región de Murcia

ACUDIRÁN UNIDOS EN EL EXPOSITOR QUE HA PROPUESTO EL GOBIERNO REGIONAL, DANDO MÁS FUERZA A SU PARTICIPACIÓN

■ CIA

La presencia de las empresas agrícolas de la Región de Murcia en Fruit Attraction va a ser amplísima y desplegarán toda su oferta de frutas y hortalizas a los clientes internacionales. "PROEXPORT y sus empresas agrarias asociadas han mostrado su confianza en que Fruit Attraction sea el espacio para establecer contactos con la distribución internacional", destaca el director general de la asociación, Fernando P. Gómez Molina. "Era una necesidad para productores y distribuidores contar con esta feria en España, que consideramos se va a convertir en un punto de encuentro imprescindible para hacer negocios y afianzar la presencia de nuestras frutas y hortalizas entre los clientes internacionales", añade Gómez.

Entre los asociados a PROEXPORT han confirmado su presencia en Fruit Attraction las



■ Murcia cuenta con un papel destacado en la feria. / FHALMERIA

siguientes empresas: Difrusa Export, Fruca Marketing, Grupo Hortofrutícola Paloma, G's España, Kernel Export, Langmead España, G.H. Murciana de Vegetales, Agromark, Pascual Hermanos, Pozo Sur, Procomel y Subastas del Sureste, lo que subraya la apuesta decidida de PROEXPORT y las empresas agrarias murcianas por este even-

to. "Invitamos a todos los operadores internacionales a que en noviembre visiten el espacio de la Región de Murcia, donde las empresas de PROEXPORT dispondrán de una atractiva oferta de productos hortofrutícolas caracterizados por su calidad, seguridad y sabor", concluye el director general de la asociación empresarial.

ACTOS EN LA FERIA

FEDEMCO presenta una Guía de Buenas Prácticas de Fabricación

■ CIA

La Federación Española del Envase de Madera y sus Componentes, FEDEMCO, presenta la "Guía de Buenas Prácticas de Fabricación e Higiene para el sector de envase y embalaje de madera y sus componentes" en un acto en el marco de la feria Fruit Attraction. El acto tendrá lugar el próximo 21 de octubre a las 12 h en la sala A.9.8 del Pabellón 9 de Feria Madrid (IFEMA). Rosa Sanchidrián, subdirectora General de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESAN), será la encargada de inaugurar el encuentro, junto al Presidente de FEDEMCO, D. Bernardo Lorente.

La Guía, explican desde la Federación, es un documento que recoge todos aquellos aspectos



■ Envases. / FHALMERIA

de aseguramiento de la calidad e higiene que garantizan que los envases y embalajes de madera en contacto con alimentos son elaborados, controlados y distribuidos asegurando la conformi-

dad con la normativa vigente y con las normas de calidad e higiene.

Tras la presentación de este documento por parte de Fernando Trénor, director de FEDEMCO, se abrirá la mesa redonda "Seguridad Alimentaria. Implantación, tendencias y desafíos en el mercado", moderada por Adrián Martínez Bazaga, director de Actividad Agroalimentaria de Bureau Veritas, entidad que ha realizado una revisión independiente de la Guía, y con la participación de Oliver Serrano, del Departamento de Calidad de Cooperativas Agroalimentarias, Montserrat Prieto del departamento de Derecho Alimentario de la Federación de Industrias de la Alimentación y Bebidas, e Inés Blanco, jefe de Área de Gestión de Riesgos de AESAN.

ANIVERSARIO

Nunhems celebra sus 25 años en España dedicados a la agricultura

E. S. G.

La casa de semillas Nunhems cumple 25 años en España dedicados a la innovación y al desarrollo de variedades hortícolas gracias al trabajo de equipos altamente especializados y organizados por cultivos, capaces de crear nuevos productos y conceptos adaptados a las principales necesidades de sus clientes. Por ello, la empresa ha querido celebrar su aniversario mediante tres actos conmemorativos en las zonas donde se encuentran sus clientes y colaboradores, Valencia, Murcia y Almería, con el fin de estar más cerca de ellos.

En sus dos primeros actos celebrados en Valencia el 18 de septiembre y en Murcia el día 30, asistieron más de doscientas personas. En Valencia, la velada estuvo plagada de recuerdos y emociones con la entrega de un trofeo simbólico por parte de la empresa para agradecer a sus distribuidores veteranos su fidelidad y compromiso,

además de una exposición de las mejores fotografías de Nunhems desde sus comienzos en España que reflejan la colaboración que siempre ha existido entre el equipo de Nunhems y sus clientes.

ALMERÍA

El último evento tuvo lugar en la capital de la agricultura, Almería, al que asistieron más de 170 personas. Entre los invitados se contó con la presencia de Javier de las Nieves, presidente de IFAPA, además de colaboradores y medios de comunicación. El encargado de dar la bienvenida fue Vicente Navarro, director gerente de Nunhems Spain, quien dirigió unas palabras a los invitados resaltando que uno de los valores más importantes de Nunhems es su enfoque en las personas más que en las cifras, "las personas cuentan y mucho en Nunhems, lo primero que les enseñamos a nuestros comerciales es que un cliente es mucho más impor-



■ Nunhems celebró su 25 aniversario en España. / FHALMERÍA

tante que una venta". Por último, los invitados pudieron disfrutar de la actuación del joven monologuista de la Paramount Comedy, Kikín Fernández, quien puso la nota de humor de la noche.

En total, a los tres actos acudieron cerca de cuatrocientas personas. Trabajadores, clientes y distribuidores que no han querido perderse la oportunidad de celebrar y participar en los actos conmemorativos de una gran empresa internacional pero, a la vez, muy pre-

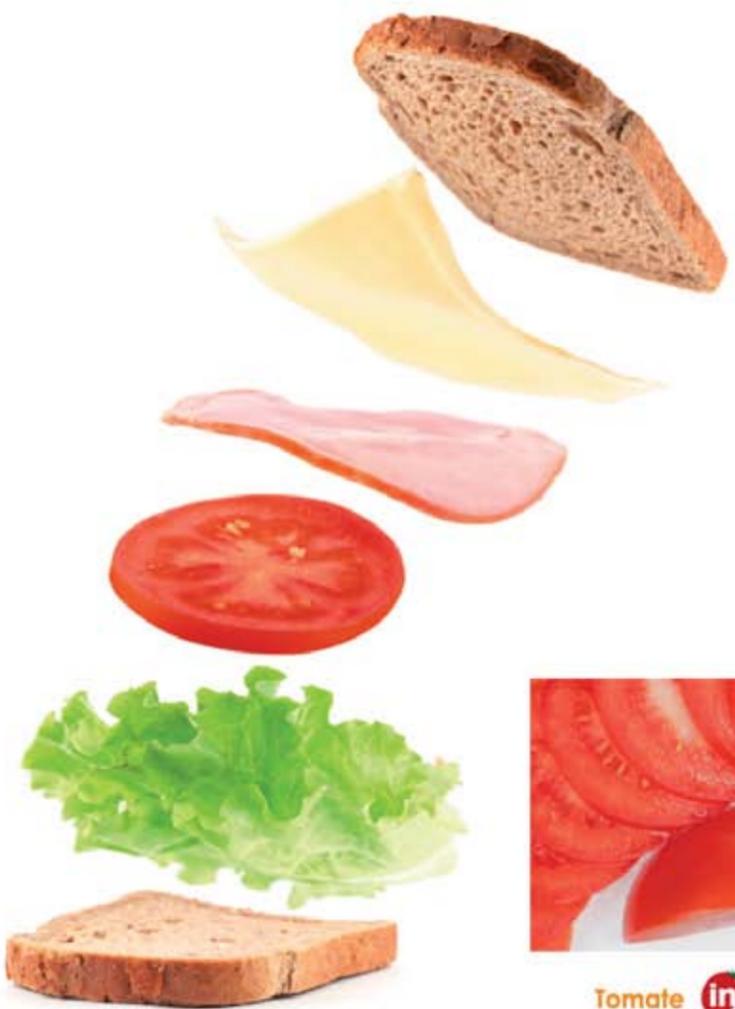
sente localmente y unida a ellos gracias a la estrecha colaboración juntos.

COMIENZOS

Desde un principio Nunhems quiso centrar su actividad en las principales zonas hortícolas de España. Así, se instalaron por primera vez en Valencia como Semillas Veyrat S.L que supuso un puente de unión con Almería y Murcia. Más adelante pasó a convertirse en

Nunhems Spain S.A. El empujón definitivo llegó en 1998 con la apertura de la estación experimental de Almería, hasta llegar a Murcia, en 2006, cuando la compañía decidió continuar con su expansión y construir una estación de I+D en esta zona elegida por las condiciones de cultivo favorables y por las posibilidades de desarrollo tecnológico que la región ofrecía.

Hoy, Nunhems cuenta con un equipo altamente especializado con alrededor de 110 empleados en España. La interacción entre los equipos, el apoyo a sus clientes, la colaboración, han contribuido significativamente al éxito de la compañía. Un equipo humano motivado y relaciones basadas en la confianza con los clientes y colaboradores suponen la inversión clave de Nunhems para el futuro. La entidad, filial de Bayer CropScience, es la especialista global en genética y servicios relacionados con el sector hortofrutícola. A través de un equipo integrado global, Nunhems crea relaciones únicas con sus clientes y comparte productos, conceptos y experiencia con la industria profesional y la cadena de distribución. Su catálogo de productos incluye variedades y marcas líderes en cultivos como puerro, cebolla, zanahoria, melón, pepino, tomate, sandía, lechuga y pimiento.



Junto a ti, creciendo hacia el futuro

En Nunhems, la estrecha relación con nuestros clientes y colaboradores nos ayuda a desarrollar variedades vegetales innovadoras adaptadas a las necesidades específicas de la cadena de suministro.

Presentamos Lechugas Multileaf y Tomate Intense. Dos productos de éxito para que tus sándwiches estén siempre como recién hechos.





Tomate **intense**



Variedades específicas para ti



Lechugas **multileaf**

www.nunhems.es

Ven a visitarnos en la Feria Fruit Attraction.
Pabellón 10, N° Stand 10E14A. 20-22 Octubre. Ifema Madrid.

the global specialist

NUEVO AÑO

Casi 12.000 millones de insectos en los invernaderos

I. F. G.

La campaña agrícola 2010/2011 casi acaba de comenzar. Prueba de ello son los casi 12.000 millones de insectos que, según la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA), ya pueblan los invernaderos de la Comunidad y se 'enfrentan' a las plagas de todos y cada uno de los cultivos hortícolas. Según la Interprofesional, a falta de conocer las hectáreas totales de melón y sandía que se harán con lucha integrada, esta campaña se producirán más de 13.500 hectáreas con este método.

Por cultivos, el pimiento sigue siendo líder, con el 100% de su superficie bajo control integrado, seguido de berenjena, con una 40%; pepino, con un 26%; y calabacín y tomate, con un 25% cada uno. Para la Interprofesional, estos números suponen "un hito que marca una diferencia fundamental con las técnicas agrícolas empleadas en otras zonas de España".

ORIUS MIX DE BIOBEST

Una mezcla perfecta contra trip y mosca en pimiento

I. F. G.

Biobest lleva a Madrid uno de sus últimos hallazgos, el Orius Mix. Pese a que este producto ya se comercializa en Almería, desde la empresa han decidido potenciarlo aún más en Fruit Attraction y, para ello, su presencia en el evento girará en torno a esta solución para combatir, no sólo el trip, sino también la mosca o el pulgón, en pimiento. En este sentido, según explican desde la empresa, han logrado introducir en el mismo embalaje dos especies de Orius, el laevigatus y el majusculus. Este último es una especie autóctona hallada en melón y judía y los ensayos realizados con él demuestran que, gracias a su mayor tamaño, es capaz de depredar una mayor cantidad de trip adultos que el O. laevigatus.

40 AÑOS TRABAJANDO POR EL SECTOR

Agrupalmería abre su stand a todos los clientes para mostrarles sus novedades

LA EMPRESA NO HA QUERIDO FALTAR A LA SEGUNDA EDICIÓN DE LA CITA, A LA QUE ACUDE CON TODAS SUS VARIETADES DE TOMATE

Isabel Fernández

Agrupalmería participa por segundo año consecutivo en Fruit Attraction y lo hace, de nuevo, para mostrar todos sus productos y, además, para ofrecer un trato más personalizado de lo habitual a todos sus clientes. En este sentido, según indicaron desde la comercializadora almeriense, "presentaremos todos nuestros productos, así como las últimas novedades que podemos ofrecer durante la próxima campaña".

La mayor subasta de tomate Raf del mundo valora la "importancia que supone disponer de un espacio abierto donde poder atender como se merecen a los clientes". Para ello, estarán "a su plena disposición". Y es que si algo ofrece un evento como Fruit Attraction es la posibilidad de reunirse con clientes a los que, por norma general, apenas se ve una o dos veces al año. El mayor evento hortofrutícola nacional se convierte, de este modo, en el marco más adecuado para acercar posturas y, cómo no, hacer negocios.

Entre los productos que podrán ver quienes se acerquen al stand de Agrupalmería destacan, como no podía ser de otra manera, su amplia gama de tomates. En su subasta, que no cierra nunca, esta co-



La mayor subasta de tomate Raf del mundo. / FHALMERÍA

mercializadora almeriense dispone de tomate rama, pera, rojo (long life) y, cómo no, de tomate Raf. Productos, todos ellos, que estarán presentes en su espacio en la feria madrileña para deleite de los visitantes.

CON SOLERA

Agrupalmería lleva ya más de cuarenta años en el sector. Tiempo que le ha valido, sobre todo, para lograr la experiencia necesaria que la convierte en líder en la venta de tomate en todas sus variedades. Esto ha sido posible, entre otras cosas, gracias al esfuerzo de los 4.000 agricultores que la abastecen de producto durante toda la campaña, pero también a la dedicación de los profesiona-

les que trabajan en la propia comercializadora.

De este modo, según apuntan desde Agrupalmería, en esta subasta "se trabaja sin cesar en la mejora y desarrollo de los productos ofertados, apostando de manera constante por una política de control de calidad eficiente e innovadora". En este sentido, recuerdan que todos sus productos se presentan y comercializan normalizados, en envase de plástico, quedando así diferenciados claramente tanto los calibres como las distintas clasificaciones.

Todo ello le ha valido a la empresa para alcanzar un volumen de venta anual de más de 100 millones de kilos de tomate, afianzando, de este modo, su posición como "subasta de referencia tan-

to en el mercado nacional como internacional". Todo esto es lo que Agrupalmería tratará de transmitir desde su stand e IFEMA. Un espacio donde quien quiera conocer a la empresa saldrá de allí con toda la información necesaria.

Por último, desde esta subasta tan 'tomatera' invitan a todos los interesados a darse una vuelta por su stand, donde podrán conocer todos los tipos y variedades de tomate que comercializan, así como su método de subasta o sus mercados de destino. Agrupalmería abre sus puertas durante tres días, del 20 al 22 de octubre, en IFEMA, en el pabellón 10 -Stand 10E02, para llevar a la capital de España los sabores y olores de la agricultura almeriense y, en especial, de su tomate.

CONFIRMADO

Koppert contrasta su nuevo sistema para el control de Tuta absoluta en cultivos de tomate

I. F. G.

Koppert España ha confirmado que las sueltas pre-trasplante de Nesidiocoris tenuis facilitan el control de Tuta absoluta o polilla del tomate. Tras muchas pruebas y ensayos, que comenzaron en enero de 2009, el equipo técnico y de I+D de esta empresa especializada en control biológico de plagas corroboró que la suelta de este chinche depredador antes del tras-

plante o la plantación del cultivo de tomate contribuye de forma positiva a controlar la polilla del tomate. Más tarde, fueron los propios agricultores los que confirmaron este éxito.

De este modo, productores de diferentes zonas de la provincia, como Javier Castillo, de El Alquíán (CASI); Gaspar Rodríguez, de Los Grillos (CASI) o Gabriel Escobar, de Las Norias (Frutas Escobi), han podido comprobar en sus propias explotaciones las múl-



Pie de foto. / FHALMERÍA

tiples ventajas de estas sueltas tempranas. Entre ellas, destacan la instalación rápida del Nesidiocoris tenuis -apenas una semana-, así como una distribución y colonización más homogénea y, por tanto, una mejor protección y control del insecto plaga, bien sea Tuta absoluta, mosca blanca o cualquier otro tipo de plaga. Desde Koppert afirmaron que estos resultados son fruto de "un Departamento de I+D pionero".

RECICLAJE

Sigfito Agroenvases aconseja al agricultor 'ser legal' con el campo

■ Elena Sánchez

La empresa Sigfito Agroenvases continúa con su campaña de comunicación 2010 en la que se puede ver una renovada imagen más atractiva y cercana. 'Se Legal' es el mensaje con el que la entidad apuesta por una comunicación clara y directa con el fin de concienciar al agricultor. Para ello, Sigfito explica paso a paso qué deben hacer con los envases e informa de que la ley puede sancionar al productor gravemente con multas de hasta 120.000 euros si entierra, quema o mezcla los envases con otros residuos.

Asimismo, Sigfito ha puesto a disposición de los agricultores una serie de folletos que se reparten en los puntos de productos fitosanitarios, cooperativas y, en definitiva, a cualquier entidad que desee convertir su establecimiento en un punto de recogida de envases.

Otra de las formas que la entidad española está llevando a cabo para inculcar las buenas prácticas a los agricultores es a través de un DVD que Sigfito ha producido con una duración de unos 15 minutos para acercar el sistema de recogida de envases a los agentes implicados en la agricultura. Se pretende explicar a todos los productores, de una manera

sencilla y directa, la obligación que tienen de deshacerse correctamente de los envases fitosanitarios vacíos.

Asimismo, el DVD resume en imágenes el funcionamiento de

Sigfito, pudiendo ser empleado en cursos de formación o capacitación agraria u otras reuniones con personas que apliquen productos fitosanitarios agrarios en el campo.



■ Envases de fitosanitarios. / FHALMERÍA

www.sigfito.es

SE LEGAL...

trae tus envases

SIGFITO



ANÁLISIS

SiCA AgriQ muestra sus novedades en la feria agrícola

■ E. S. G.

El Laboratorio SiCA AgriQ asiste por segundo año consecutivo a la feria Fruit Attraction, esta vez con el objetivo de expandir sus servicios hacia el Levante español. Y es que la entidad afincada en la provincia de Almería ve en este tipo de eventos una oportunidad para mantener contacto directo con las empresas más importantes y punteras del sector agroalimentario y, a su vez, una forma de dar a conocer sus servicios al mayor número de empresas posibles. En este sentido, Antonio Belmonte, director comercial de SiCA AgriQ, explica que "nosotros vamos a participar en la feria, ya que es nuestra firma la que va en busca de los clientes directos".

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

SIGFITO
AGROENVASES, S.L.
Por una agricultura saludable

LÍDER EN TOMATE

“Aprovecharemos la feria para informar a los clientes del nuevo plan estratégico de CASI”

JOSÉ MARÍA ANDÚJAR
ACUDE POR PRIMERA VEZ
A FRUIT ATTRACTION
COMO PRESIDENTE DE
LA COOPERATIVA
AGRÍCOLA SAN ISIDRO

■ CIA

La mayor cooperativa de tomate no podía faltar a una cita como la Feria Profesional de las Frutas y Hortalizas Fruit Attraction, que se celebra a escasos 600 kilómetros de su origen, un evento al que consideran que se convertirá en una cita obligada para el sector hortofrutícola y la gran distribución.

-¿Con qué ánimo acude CASI a Fruit Attraction?

-Para nosotros es una oportunidad inestimable tener contacto directo con nuestros clientes y Fruit Attraction nos permite mantener ese contacto ‘cara a cara’ con las personas que diariamente compran nuestro producto. Además, siempre hay oportunidad para conocer nuevos contactos con los que hacer futuros negocios.

-¿Tienen una agenda cerrada?

¿Qué mercados son más atractivos para la cooperativa?

-Por supuesto, hemos quedado en la feria con la mayoría de clientes que acudirán, pero también esperamos encontrar nuevas oportunidades de negocio. Para nosotros, en este momento es interesante cualquier mercado que nos dé esa oportunidad, ya que CASI potenciará, ahora más que nunca, una comercialización más enriquecida y adaptada a cada mercado.

-¿Qué sabor de boca les dejó la pasada edición?

-La última edición de esta feria fue muy interesante porque, a pesar de ser pequeña aún, tiene un gran potencial de crecimiento, y supondrá los próximos años un gran foro de obligada asistencia para toda la cadena de producción y distribución.

-¿Presentan algunas novedades en Madrid?

-La principal novedad de CASI es que empieza una nueva etapa en su gestión y, por ello, un nuevo planteamiento estratégico. Ese es el plan que propondremos tanto a los clientes actuales como potenciales. Para nosotros es un momento de reorganización en la que la producción irá orientada más aún al mercado y en la que el contacto entre el agricultor y el dis-

JOSÉ MARÍA ANDÚJAR
PRESIDENTE DE LA COOPERATIVA AGRÍCOLA SAN ISIDRO



■ José María Andújar es el presidente de la Cooperativa Agrícola San Isidro. / FHALMERÍA

tribuidor se acortará lo suficiente como para que el valor añadido se quede entre los dos.

-¿Qué valoración le merece el inicio de campaña?

-Aún es pronto para valoraciones,

pero sí está claro que el inicio de la campaña de tomate viene marcado por una escasez de producto a nivel global que, al menos, viene con una calidad exquisita.

Esperemos que el clima continúe

permitiendo obtener una calidad similar a lo largo de la campaña.

-¿Qué líneas de trabajo van a potenciar en CASI este año?

-La reorganización general de CASI significa también una re-

organización comercial, que supondrá establecer líneas comerciales más directas desde el productor al mercado. Estos cambios no se verán al 100% durante esta campaña, pero al menos los objetivos están establecidos para los próximos años.

-¿Cómo podría ser la distribución un aliado del campo?

-La distribución debe de ser un aliado del campo y jugar en el mismo equipo, para eso es indispensable eliminar eslabones superfluos de la cadena, que no aporten valor y aumentar la comunicación y el marketing de relaciones.

-Para CASI la marca es fundamental...

-La marca CASI es nuestro mayor activo, casi 70 años haciendo bien las cosas suponen un valor incalculable.

-En cuanto a la relación con los clientes, ¿cuáles son sus prioridades?

-Nosotros tenemos nuestros clientes fieles que fijan su interés en nuestras subastas, pero además contamos con nuestro departamento comercial que trabaja en hacerse con clientes de países en los que no tenemos presencia, o muy poca, para ofrecer nuestros productos de alta gama.

-El hecho de que la campaña se esté retrasando, ¿podría repercutir en las ventas y en el transcurso del resto de la campaña?

-No sabemos si tendrá incidencia de que se junte toda la producción en los meses de invierno. El problema con el que nos encontraríamos es que al tener todo el género en venta a la vez, el precio se resentirá bastante y la tendencia será a la baja, pero aún queda un mes y medio para eso, por lo que no podemos adelantarnos a los resultados finales.

-La pasada campaña se presentaba la línea ‘Premium’ que unifica el peso directamente en el campo, ¿cómo se afronta el segundo año de esta iniciativa y qué ventajas tiene?

-Seguimos trabajando con ella, ya que es un marca nueva y es cuestión de tiempo que se amolde al mercado. Esta línea le ofrece al cliente en el envase que él quiere, como es el cartón, y poder acceder al producto sin necesidad de tener que esperar a la subasta. Además, esto permite que el género llegue fresco al destino, una acción que siempre hemos defendido desde CASI.

“Es necesario en estos momentos que la labor del presidente se profesionalice”

-¿Por qué cree que los socios no apoyaron la modificación de los estatutos para que asumiera la gerencia?

-Creo que aún estamos muy recientes de las elecciones, quedan muchas fisuras y quizás es por ese motivo que la gente todavía no esté conciencia de que la labor del presidente se profesionalice. Siempre ha sido un cargo no remunerado y con los tiempos que estamos pasando ahora, la verdad es que se nota la necesidad de un presidente que esté día a día al pie del cañón. De todas formas, estamos seguros de que con el



■ Andújar no ha cumplido aún el año como presidente.

paso de los meses los socios van a ver que es necesario que el presidente esté en todo momento. Confío en mi equipo directivo y vamos a hacer

todo lo posible para que la actividad y profesionalidad de la cooperativa continúe siendo intacta como hasta este momento.

Presentes en Fruit Attraction 10E02B



Nuestros tomates se aprecian por su sabor intenso y suave, por su piel fina y brillante, por su corazón carnoso y jugoso, por su justa madurez. Nuestros tomates son los más buscados, los más valorados. Alta calidad para quien aprecia el tomate.

Un lujo para el paladar.

OBJETIVOS

Grupo Hortiberia cree que la feria es el mejor escenario para fomentar el negocio

CIA

El director general del Grupo Hortiberia, Fermín Sánchez Navarro, ha señalado que Fruit Attraction ya se ha convertido en una convocatoria de referencia para el sector, "pues es imprescindible aprovechar el hecho de que España es el primer país exportador mundial de frutas y hortalizas, seguido de EEUU y los Países Bajos, y uno de los principales productores de la Unión Europea, junto a Italia y Francia". Asimismo, para Sánchez Navarro, "constituye el escaparate perfecto para que nueve socios del Grupo Hortiberia -Sat nº 2457 San Cayetano, Miguel Parra e Hijos S.A., Molinense Distribución y Mercados S.A., Juan Marín Bravo S.L., Producciones Agrícolas del Sureste, Agromark 96 S.A., Sat nº 119 Agrícola Aguileña, Procomel, OPFH 1092 y Sat nº 8890 Oléden a conocer los excelentes productos de calidad que se cultivan en los campos de la Región de Murcia.

La segunda edición de una feria, que nació con la vocación de fomentar la actividad comercial del sector hortofrutí-



■ Fermín Sánchez. / FHALMERÍA

cola, así como la de incentivar el consumo de frutas y hortalizas, se estima que va a ser un éxito puesto que ya registra un 43 por ciento más de superficie expositiva que el año anterior, superando los 10.600 metros cuadrados.

En esta segunda edición, que abre sus puertas del 20 al 22 con las expectativas puestas en fomentar las oportunidades de negocio, participan 428 empresas expositoras, de las que el 81 por ciento son productores y el 19 por ciento restante representan a compañías de la industria auxiliar.

INNOVACIÓN

Florette amplía su oferta lanzando al mercado nuevas salsas para aderezar todo tipo de ensaladas

LA FIRMA OFRECE AL CONSUMIDOR RECETAS MEJORADAS DE SUS SALSA CESAR Y SU VINAGRETA GOURMET Y DOS NOVEDADES

CIA

Florette, líder del sector de hortalizas y ensaladas de IV gama en España, lanza al mercado su nueva gama de salsas pensadas para aderezar todo tipo de ensaladas. Con el fin de que el consumidor le dé, cada día, un toque diferente a sus ensaladas, Florette ofrece una selección de 4 salsas, adaptadas a todos los gustos. La oferta consta de dos nuevos sabores, salsa Waldorf y vinagreta de Frambuesa y de dos recetas mejoradas, por un lado salsa César y Vinagreta gourmet.

Su novedoso packaging destaca por un diseño más atractivo y moderno, que continúa reflejando los valores de Florette: frescura, naturalidad, exquisito sabor y calidad.

Desde la firma explican que "salsa Waldorf: tiene un sabor sofisticado y un toque a manzana.; vinagreta de frambuesa



■ Florette sigue avanzando para abrir nuevos mercados / FHALMERÍA

se caracteriza por ser ligera y con un toque ácido y dulce; salsa César destaca por su versatilidad y su potente sabor y vinagreta gourmet presenta una gran personalidad y ligeros matices de mostaza y especias". Todas estas salsas se caracterizan por su exquisito sabor y su alta calidad, conseguidos a base de ingredientes frescos y naturales.

Este relanzamiento de la gama de salsas de Florette, va acompañada de un rediseño de su packaging. Un nuevo diseño

que ayuda a la segmentación por referencia y proporciona más información al consumidor. En definitiva, un packaging que continúa reflejando los valores de Florette: frescura, naturalidad, exquisito sabor y calidad.

De esta forma, las nuevas salsas propuestas por la firma Florette, suponen el complemento perfecto para su amplia selección de ensaladas y una solución culinaria pensada para dar un toque especial a cada una de ellas

NOVEDADES

Bonnysa Agroalimentaria presenta sus líneas 'Pícaro Gourmet' y 'Pícaro Zumos'

CIA

Siguiendo la línea de la innovación y continua adaptación a las demandas del mercado, Bonnysa Agroalimentaria presentará dos nuevas líneas de producto, para satisfacer las necesidades del consumidor, cuya demanda se centra en productos frescos, de calidad y con nuevas opciones de consumo. Aprovechando el marco de la feria Fruit Attraction, se presentarán los primeros productos de esta nueva línea de negocio. Pícaro Zumos y Pícaro Gourmet.

Pícaro zumos nace para ofrecer un producto 100% natural y con un sabor excepcional debido a la cuidada selección de los me-

jores frutos y a un proceso de elaboración tradicional. Las dos primeras opciones que se proponen se basan en un zumo de granada y un zumo de tomate con un toque de sal y aceite de oliva.

Por su parte, Pícaro Gourmet es una gran apuesta por productos y procesos de elaboración de máxima calidad. "Disponemos de tomate seco elaborado siguiendo la receta tradicional y tomate seco en aceite de oliva, que resulta muy apetecible y que realza las cualidades de nuestro tomate seco. A ello debemos sumar unos tomatitos cherry semi secos en aceite de oliva con un toque de albahaca. Cada bocado de este producto es una explosión de sabor", explican desde Bonnysa.

DIETA SALUDABLE

El nuevo Plan de Consumo de Frutas y Hortalizas en las escuelas incrementa su presupuesto



■ Acciones para fomentar el consumo de frutas y hortalizas.

Con el inicio del curso escolar llega un nuevo plan para fomentar entre los más pequeños el consumo de frutas y hortalizas. Este programa cuenta para este año con un presupuesto más elevado. Del presupuesto total, 13.415.716 euros, este año, 6.111.471 euros serán financiados por la Comisión Europea y el resto por España. De la cantidad financiada por España, 4.434.490 euros son financiados por las comunidades autónomas para las medidas generales y 2.869.755 euros serán destinadas a medidas de acompañamiento. El presupuesto del curso anterior 2009/2010 fue de 12.201.449 millones de euros de los que 4.088.612 euros fueron aportados por España

REFERENTES EN CALIDAD A NIVEL MUNDIAL

Almería demuestra que la 'revolución verde' sigue en marcha y renovándose

Isabel Fernández

Hace cuatro campañas eran muy pocos los que preveían un cambio tan importante en la agricultura provincial como el que se produjo apenas unos meses después. Hasta aquella campaña 2006/2007, eran tan sólo 514'96 las hectáreas de cultivo de Almería producidas bajo métodos de control biológico. Sin embargo, el arranque de la campaña 2007/2008 trajo consigo una sorpresa que nadie o casi nadie esperaba. En ese mes de septiembre, según las cifras de la Delegación Provincial de Agricultura, eran ya más de 9.000 las hectáreas que se cultivarían con control integrado de plagas en la provincia. A partir de ahí, y los datos lo confirman, todo fue crecer. Más de 18.000 hectáreas un año más tarde y algo más de 19.500 en la última campaña agrícola.

Todos estos números ratifican que la agricultura de Almería ha



La provincia hace gala de su apuesta por la calidad. / FHALMERÍA

llegado a un punto de no retorno y sobre el que ya no queda nada más que seguir avanzando. El objetivo no es otro que conseguir que el 100% de las hectáreas de todos los cultivos invernados de la pro-

vincia se hagan con lucha integrada. Y es que las ventajas son muchas.

En este sentido, desde que los agricultores almerienses decidieron dar este gran paso, se han lo-

grado reducir las resistencias de los cultivos a determinados productos químicos muy utilizados con anterioridad, se ha mejorado la limpieza del campo y, sobre todo, se ha recuperado la confianza de unos consumidores que, en los últimos tiempos, miraban con cierto recelo los 'frutos del plástico'.

Con respecto al primero de esos grandes beneficios, los agricultores se dieron cuenta de que, con el paso de los años y debido al uso continuo de productos químicos, las plagas eran cada vez más fuertes y difíciles de eliminar. Junto a esto, el empleo de esos mismos productos provocaba en determinados momentos el cansancio del suelo y la baja productividad de lo que, posteriormente, en él se sembraba.

Por otro lado, la limpieza del campo es cada día mayor. Los envases de productos son cada vez menos un problema para los agricultores, que han encontrado en los insectos auxiliares el mejor de

sus aliados. Por último, y quizás como resultado más importante, las hortalizas almerienses han vuelto a copar los mercados internacionales, que tras un tiempo recelosos de su seguridad alimentaria, han comprobado que Almería ofrece calidad y seguridad en todas sus exportaciones. Para muestra un botón.

En la campaña 2007/2008, las exportaciones de la provincia, según recoge el 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2008/2009', superaron en más de 100.000 toneladas las ventas al exterior producidas justo un año antes. Un año más tarde, si bien es cierto que esas exportaciones descendieron, lo hicieron apenas un 2'6%, según Cajamar, algo que su Servicio de Estudios, encargado de elaborar el informe, achaca al "deterioro de la actividad económica" que ha acabado "influyendo no sólo en el sector productor, sino también en la renta de las familias y, por tanto, en las preferencias de consumo de las mismas". Esto no quiere decir "que haya disminuido el consumo de frutas y hortalizas, sino más bien que éste ha estado marcado, principalmente, por la variable precio y reconducido a otros productos, probablemente locales, más asequibles".

La mejor selección para el mercado europeo

Costa de Almería
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

EXPECTATIVAS



■ Aguilera en una reunión de HORTYFRUTA. / FHALMERÍA

Concentración de la oferta y modernización centran los retos de la Junta andaluza

■ R. V. A.

“Nos encontramos en un momento crucial, en el que debemos mantener nuestra apuesta por la calidad para diferenciarnos del resto de producciones que llegan a Europa procedente de terceros países”, es la reflexión que ha realizado la consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera. Es por ese motivo que, según ha relatado, “la Consejería ha aprobado las normas de extensión propuestas por HORTYFRUTA para seguir avanzando en esta línea de puesta en valor del producto a través de la calidad”.

Aguilera también ha asegurado que es necesario avanzar “en la mejora de las estructuras productivas y comerciales, una de las líneas de acción estratégicas más prioritarias de esta Consejería”.

RETOS PARA EL SECTOR

Aguilera tiene muy claros cuáles son los principales retos, a corto y medio plazo, del sector hortofrutícola. En este sentido ha explicado que hay que “avanzar en prácticas sostenibles como el control biológico de plagas. También es de vital importancia trabajar en la mejora de las estructuras productivas y en fomentar la concentración de la oferta, apo-

yando procesos de fusión, con especial incidencia en empresas de la economía social, como las cooperativas, por su capacidad para incrementar el valor añadido de sus productores”.

Del mismo modo, desde la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía están más que satisfechos de que, en coordinación con el Gobierno central, hayan consensado las grandes líneas de actuación de un plan de reestructuración de invernaderos que, cofinanciado al 50 por ciento entre ambas administraciones, beneficiará, según ha adelantado Aguilera, “especialmente a los productores hortofrutícolas de las provincias de Almería y Granada, donde los cultivos bajo abrigo son los más representativos por superficie ocupada y volumen de producción”.

En concreto, Aguilera ha asegurado que el Plan “desarrollará una serie de medidas económicas y de incorporación tecnológica, sin precedentes, a las que podrá acogerse el agricultor con la finalidad de modernizar sus estructuras de producción bajo plástico, reducir sus costes de producción e incrementar la productividad de sus invernaderos”. Cabe recordar que el Plan recoge la incorporación de energías renovables, como la solar y cogeneración.

PREOCUPACIÓN

Cerdá culpa a la UE de la falta de rentabilidad agrícola

EL CONSEJERO DE AGRICULTURA MURCIANO CREE QUE SI EUROPA NO CONSIDERA ESTRATÉGICO EL SECTOR, LOS PRECIOS NO SE RECUPERARÁN

■ Rafa Villegas

Al igual que ocurre con las producciones hortofrutícolas almerienses, los agricultores de la vecina Región de Murcia también están sufriendo una larga crisis de rentabilidad. El consejero de Agricultura y Agua de esa Comunidad Autónoma, Antonio Cerdá, ha asegurado que “el clima que existe es de preocupación”.

Cerdá ha recordado que “es la primera vez que la crisis afecta a todas las producciones agrarias, en las que no sólo han incidido los efectos de la crisis económica, sino que la volatilidad de los precios ha provocado que el agricultor obtenga salarios por debajo de sus costes de producción, lo que hace insostenible la rentabilidad de sus explotaciones”.

Además, Antonio Cerdá ha explicado cómo “la entrada de productos de terceros países y la fra-



■ El consejero de Agricultura y Agua murciano, Cerdá. / FHALMERÍA

gilidad europea a la hora de cerrar acuerdos con otras zonas productoras a costa del sector de frutas y hortalizas está deteriorando la actividad y desalentando este sistema productivo”. Es más, ha asegurado que “hasta que Europa no considere a este sector como estratégico y defienda el principio de preferencia comunitaria, no se conseguirá

la justa rentabilidad para el sector”.

Ya respecto a la participación de empresas murcianas en Fruit Attraction, Cerdá ha explicado que “la feria es nacional y da la oportunidad de trasladar lo que la agricultura representa en Murcia, que exporta al año frutas y hortalizas por valor de 1.500 millones de euros”.

CONSEJERA DE ECONOMÍA, COMERCIO E INNOVACIÓN DE EXTREMADURA

“La industria agroalimentaria ha crecido, desde 2000, un 40%”

■ R. V. A.

La vicepresidenta segunda y consejera de Economía, Comercio e Innovación de la Junta de Extremadura, María Dolores Aguilar Seco, ha resaltado cómo, en su región, las ramas primarias representan “el 7,1 por ciento del PIB, con un valor añadido que supera los 1.200 millones de euros”. Del mismo modo, ha asegurado que “más del 30 por ciento del mismo es generado por el sector hortofrutícola extremeño, al que hay que atribuir gran parte de la responsabilidad del importante crecimiento de la industria agroalimentaria regional en los últimos años, actividad que ha experimentado un crecimiento superior al 40 por ciento desde el año 2000”.



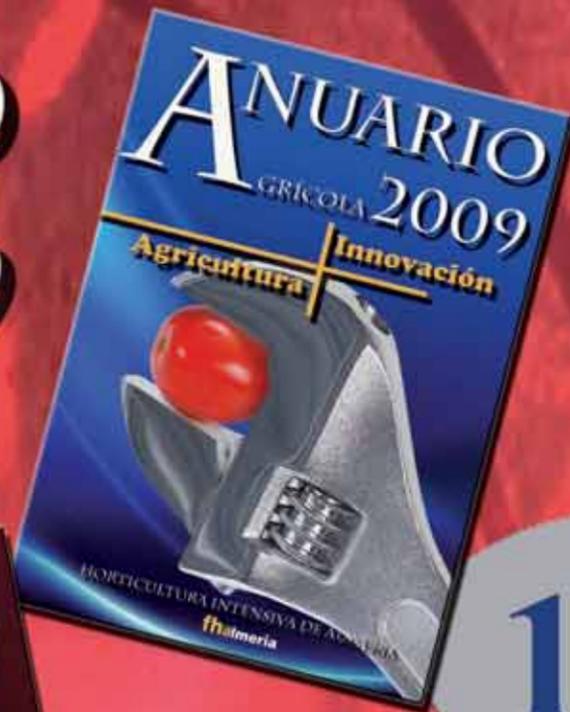
■ La consejera extremeña María Dolores Aguilar Seco. / FHALMERÍA

Por otra parte, además de resaltar la innovación como herramienta para revalorizar los productos extremeños, la consejera ha reiterado su apoyo a la celebración de la feria Fruit Attraction.

Concretamente, Aguilar Seco ha asegurado que “uno de los principales objetivos de las po-

líticas públicas de la Junta de Extremadura es potenciar la internacionalización de las empresas de la región e incrementar las exportaciones. En este objetivo de impulsar las distintas áreas del proceso de internacionalización, como elemento estratégico para este cambio, se llevan a cabo numerosas acciones como ésta”.

ANUARIO GRÍCOLA 2009



15 €

ANUARIO GRÍCOLA 2010



Vademecum
insectos
auxiliares

IV y V gama
en Almería

Análisis de
la campaña
2009-2010

Resérvelo en el

+34 950 571346 o

comercial@fhalmería.com

HORTICULTURA INTENSIVA
DE ALMERÍA

fhalmería

INVESTIGACIÓN

Dupont muestra sus nuevas soluciones científicas para la producción integrada

EL PRODUCTO DE LA FIRMA, ALTACOR®, ES SUMAMENTE EFICAZ PARA LA LUCHA CONTRA LAS ORUGAS EN DIFERENTES CULTIVOS

■ CIA

En esta segunda edición de Fruit Attraction, DuPont Protección de Cultivos pondrá a disposición de sus clientes y asociados en la cadena de valor, así como de los visitantes en general, el asesoramiento de sus técnicos y especialistas, siempre basado en la ciencia y la tecnología que caracterizan a DuPont. Será una excelente ocasión para ampliar el conocimiento sobre el nuevo insecticida Altacor®, un producto compatible con la producción integrada y con un alto nivel de eficacia frente a diversas especies de orugas que atacan a los cultivos.

Gracias a su favorable perfil toxicológico y medioambiental y a su baja dosis de empleo, Altacor® es una herramienta de referencia en el control de orugas, con un bajo riesgo tanto para usuarios y consumidores como para la fauna y el medio ambiente. Asimismo, en el stand de la compañía se ofrece la posibilidad de conocer la nueva propuesta de DuPont para el control de plagas en frutales e informarse sobre el excelente comportamiento de Co-



■ Muchos de sus productos se utilizan para controlar plagas en frutales. / FHALMERÍA

ragen® en el control de carpocapsa y sus posibilidades en otros cultivos y frente a otras plagas.

Igualmente, y dentro de la producción integrada, destacan

Vydate®, para el control de nematodos y plagas aéreas (mosca blanca, minador y pulgón entre otras), Steward®, con una excelente eficacia contra orugas, como es el caso de Tuta

absoluta y el catálogo fungicida (Curzate®, Equation®, Kdos® ...).

DuPont Protección de Cultivos es una compañía sólida y pionera comprometida con el

desarrollo y el progreso de la agricultura, cuyo objetivo fundamental es proporcionar alimentos de calidad que permitan alimentar de forma sana y saludable a una población mundial en constante crecimiento.

BASE CIENTÍFICA

Apoyándose en su base científica, que utiliza la química, la biología y el conocimiento, desarrolla de forma sostenible y respetuosa con las personas, la fauna y el medio ambiente, productos y servicios novedosos que satisfagan las necesidades de productores, exportadores, procesadores, cadenas de comercialización, técnicos, agricultores y consumidores.

DuPont es una empresa científica. Fundada en 1802, esta compañía emplea la ciencia para crear soluciones sostenibles esenciales para hacer la vida de las personas mejor, más segura y más sana en todo lugar.

PRESENCIA FUERA

Con presencia en más de 90 países, DuPont ofrece una amplia gama de productos y servicios innovadores para mercados entre los que se encuentran la agricultura, nutrición, comunicaciones, seguridad y protección, hogar y construcción, transporte y vestuario de seguridad.

SABROSAS

Las manzanas del Südtirol italiano demuestran el porqué de su fama

■ CIA

Las manzanas Marlene® siguen dialogando con profesionales y partner comerciales, y para ello estarán en Fruit Attraction, el escaparate más importante de España dedicado al sector hortofrutícola. Las siete variedades que los socios del Consorcio VOG cultivan en el corazón de los Alpes italianos volverán este año a Madrid para la segunda edición del evento, del 20 al 22 de octubre.

La asistencia a Fruit Attraction es una de las numerosas iniciativas que las manzanas Marlene® protagonizarán en España en los próximos meses, para una intensa campaña de comunicación que incluye actividades dirigidas no sólo a los profesionales del sector, sino también al consumidor final. El objetivo del nuevo plan es intensificar las acciones desarrolladas en los años pasados que culminaron con la campaña televisiva que, en los primeros meses de 2010, llevó

el anuncio de Marlene® a los hogares de tres millones de personas. Una iniciativa que, junto con la divertida recogida de sellos y la sponsorización de algunos capítulos de los programas de Karlos Arguiñano, Eva Arguiñano y Bruno Oteiza, contribuyó notablemente a reforzar la identidad de la marca entre el público ibérico. Un resultado alcanzado también gracias a un intenso calendario de promociones en 145 puntos de venta repartidos por toda España.



■ Manzanas. / FHALMERÍA

EN BUSCA DEL VALOR AÑADIDO

TECNOVA difunde los resultados de los ensayos de su Área de Agroalimentaria

LA FERIA SUPONE UN "PERFECTO ESCAPARATE" PARA EL CENTRO QUE BUSCA, ADEMÁS, CAPTAR NUEVOS SOCIOS Y LLEGAR A SUS CLIENTES

Isabel Fernández

El Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA no ha querido faltar a la cita madrileña. Y es que, como explica su gerente, M^a Carmen Galera, "es la feria profesional por excelencia en nuestro país" y, por ello, supone "el perfecto escaparate para promocionar y difundir nuestros avances en el Área de Agroalimentaria". En este sentido, Galera señala que, desde la puesta en marcha de este área en 2009, "ofrece servicios que dan cobertura tecnológica y asistencial al creciente sector empresarial, que ve en la industria agroalimentaria una nueva vía de negocio, así como para cooperativas, alhóndigas y comercializadoras, que buscan en el procesado agroalimentario un camino para dotar de valor añadido a la producción hortofrutícola".

En este sentido, Galera comenta que la presencia del CT TECNOVA en Fruit Attraction les permitirá "llegar de forma más sencilla a colaboradores y clientes, así como tener la posibilidad de captar nuevos socios para el Centro". La gerente del CT almeriense apunta que, entre las actividades



Mª Carmen Galera, gerente de TECNOVA, en un congreso. / FHALMERÍA

que tienen previsto llevar a cabo, realizarán diversas acciones de difusión. "Tendremos un expositor con resultados de los últimos ensayos en productos hortofrutícolas que hemos realizado y daremos a conocer el catálogo de servicios que hemos puesto en marcha", apunta.

En Fruit Attraction, como destaca M^a Carmen Galera, "van a estar presentes las empresas más importantes, tanto a nivel productivo, como de comercialización o de la industria auxiliar, sobre todo nacionales". Por ello, la cita madrileña se presenta como un mar-

co más que interesante para "poder llegar más fácilmente no sólo a las empresas de Almería, sino también a las del resto de España".

IV GAMA

El CT TECNOVA puso en marcha recientemente un nuevo laboratorio de IV gama y, según señala su gerente, en estos momentos, "estamos trabajando duro para prestar servicios a empresas en tecnología agrícola". Desde TECNOVA están convencidos de que la elaboración de productos de IV y V gama ofrece multitud de po-

sibilidades a las empresas de la provincia, entre otras cosas porque, de poner en marcha estas líneas, estarían dando respuesta a "los cambios de hábitos de nuestra sociedad". Por ello, Galera afirma que "actualmente, trabajamos activamente en este tipo de productos, tratando de que lleguen al mercado con calidad suficiente". Asimismo, desde el CT almeriense dijeron creer "firmemente" en que "tenemos que impulsar los productos gourmet, sin olvidar que el canal HORECA se constituye como un gran referente en el proceso de innovación".

El centro participa en las jornadas técnicas

El Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA no va a ser sólo un expositor más en esta segunda edición de Fruit Attraction, sino que va a tener un papel muy activo. En este sentido, su gerente indica que tienen prevista su participación en una de las jornadas técnicas.

Concretamente, el día 22, M^a Carmen Galera ofrecerá una ponencia en el marco de la jornada 'Integración tecnológica para incrementar el valor de los productos hortofrutícolas', dentro del epígrafe 'Investigación en IV gama'. Galera explica que, con esta intervención, "se pretende exponer el papel que juega TECNOVA, como centro tecnológico, en el sector agroindustrial, teniendo como misión la generación de valor mediante la mejora de cualquier proceso que intervenga en la cadena productiva".

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.tecnoponente.com; mail tecnoponente@tecnoponente.com; 04710 Sta. M^a Águlla - El Ejido - Almería

CEREZAS

Cooperativas del Jerte dan el toque de color y sabor

■ CIA

El mercado español será durante la próxima campaña 2011 uno de los mercados prioritarios para las Picotas del Valle del Jerte. La Agrupación de Cooperativas Valle del Jerte (ACVJ) acude por segundo año consecutivo a Fruit Attraction para dar a conocer sus productos en este final de año 2010 (castañas e higos secos), así como las novedades previstas para 2011 con sus cerezas y picotas, frambuesas, ciruelas, además de sus aguardientes y licores de fruta.

Retomar contacto personal con sus clientes y distribuidores nacionales e internacionales, así como encontrar potenciales nuevos clientes, son los principales objetivos que la agrupación quiere alcanzar durante la Feria.

INVERSIÓN

Con el fin de seguir creciendo y afianzarse en el mundo de la fruta, la ACVJ dará a conocer sus estrategias de marketing y comunicación, así como sus inversiones en nuevas maquinarias de selección, calibrado y envasado de cereza y picota, esperando que todo ello contribuya a incrementar su cuota de mercado y a consolidar su imagen entre los consumidores de sus productos.

PERCEPCIÓN

Las sensaciones estarán a flor de piel en el espacio denominado 'La Frutería'

ADEFRUTAS, FRIVEGAR Y LA PROPIA FERIA FRUIT ATTRACTION SERÁN LOS ENCARGADOS DE DARLE VIDA A ESTE INGENUO MODO DE VER LA FRUTA

■ CIA

Fruit Attraction presentará, junto a la Asociación de Empresarios Detallistas de Frutas y Hortalizas de Madrid (ADEFRUTAS) y con la colaboración de FRIVEGAR, el espacio 'La Frutería'. Un lugar, situado en el centro del pabellón 10, donde se mostrará a los profesionales la importancia de una presentación atractiva para potenciar el consumo de frutas y verduras.

Un estudio realizado por la Universidad Rockefeller de Nueva York revela que el ser humano es capaz de recordar el 35% de lo que huele y el 5% de lo que ve, frente al 2% de lo que oye y el 1% de lo que toca. Esto quiere decir que, antes de consumirlos y succumbir ante su sabor, los productos hortofrutícolas poseen, de forma innata, dos de las cualidades que más pueden seducir al consumidor: el aroma y el atractivo visual que aportan su inmensa variedad de colores y formas. Dos factores que merece la pena potenciar para animar su consumo.

Representantes de ADEFRUTAS y de las empresas EMIFRA y VITAMINAS serán los encar-



■ Naranjas en uno de los espacios expositores de Fruit Logística 2009. / FHALMERÍA

gados de mostrar en el espacio 'La Frutería' y durante cada uno de los días que dura la Feria, las técnicas de decoración que realzan todas las atractivos de estos productos para generar a los consumidores una auténtica experiencia sensorial que les seduzca y les invite a entrar en los establecimientos: "Cuando un cliente va a realizar una compra percibe la realidad de los sentidos: olor, vista, tacto... y su cerebro lo transforma en emociones. Por este motivo, la mayoría de las compras son emocionales y también por esta razón un establecimiento agrada-

ble favorece la decisión de compra", afirma Isidro Sánchez Crespo, director general de la empresa especializada en marketing sensorial Musicam.

En el caso de 'La Frutería', se trata de potenciar los atributos que poseen las infinitas variedades de frutas y verduras disponibles en el mercado, con su intenso colorido y sus innumerables formas: "Jugando con los sentidos logramos establecer relaciones emocionales, que son una de las herramientas más eficaces que hay para llegar al consumidor. Las emociones generan recuerdo, no-

toriedad y, finalmente e influyen decisivamente en la intención de compra", subraya Sánchez Crespo.

Antes de incluir estas teorías entre algunas de las normas del marketing moderno, el frutero madrileño Félix Vázquez ya había comprobado el interés que puede despertar en el consumidor un bonito bodegón: "Trato de colocar la fruta con mucho gusto y he viajado mucho para traer frutas exóticas hasta mi comercio. Lo importante no era tanto vender ese producto como que los clientes se parasen en la tienda a mirarlo".

INNOVACIÓN

Citrosol mejora el tratamiento de los cítricos con 'Vertido Cero®'

■ CIA

Hasta el momento el tratamiento de las frutas se realizaba mediante el uso de agua y fungicidas, utilizándose el mismo caldo de tratamiento para 50 ó más toneladas de fruta, lo que generaba una merma progresiva de las propiedades del caldo de tratamiento hasta su posterior vertido. Los caldos deben reemplazarse porque como consecuencia de la suciedad que van acumulando pierden su eficacia en el tratamiento de las distintas fisiopatías de los frutos. Esto llevaba implícito un sobrecoste y

un problema medioambiental que con el sistema de vertido cero queda resuelto. El sistema de vertido cero consiste en un circuito de reutilización de las aguas y la aplicación constante de fungicida que permite controlar su concentración y mantener estables las propiedades higiénicas del agua necesarias para evitar el deterioro de la fruta. Para Benito Orihuel, director general de Citrosol, y uno de los responsables del desarrollo del sistema vertido cero, "hemos desarrollado este sistema que pensamos será el sistema estándar del futuro. La compañía ha re-

alizado una inversión importante en I+D pero estamos seguros de la apuesta ya que nuestro objetivo es llegar a un gran porcentaje del mercado con un sistema que es novedoso, respetuoso con el medioambiente y que además supone un ahorro para las empresas y una mejora en la calidad y comportamiento de sus productos".

Citrosol es una compañía española con cerca de 50 años de historia, con gran implantación también en el mercado internacional, exportando actualmente a países como Chile, Brasil, Argentina, Egipto, Turquía, Italia y Francia.



■ Gajos de naranja. / FHALMERÍA

MAYOR INTERÉS

Los cítricos valencianos ganan presencia con diez expositores

■ **Rafa Villegas**

La cita madrileña se consolida y la Comunidad Valenciana gana protagonismo: si en la anterior edición Fontestad era prácticamente la única citrícola valenciana que participó, este año la marca repite asistencia acompañada de otras 9 productoras que representan a este sector agrícola valenciano justo cuando atraviesa un gran momento.

Prueba de ello es que la Consellería de Agricultura ha hecho públicas unas previsiones según las cuales la producción citrícola de la Comunidad Valenciana aumentará un 8% en esta temporada, alcanzando en sus cultivos principales los 1,60 millones de toneladas de naranjas (un 8,4% más que en 2009) y los 1,72 millones de toneladas de mandarinas (lo que supone un incremento del 7,3% respecto al ejercicio anterior).

Esta circunstancia se une a la previsión de que, según los datos de la European Fresh Produ-

ce Association, las cosechas cítricas de otros países de la cuenca del Mediterráneo van a descender en la temporada 2010/2011. Todo ello puede contribuir a mantener e incluso mejorar unas cifras de exportación que ya se presentan muy positivas, pues en el primer trimestre de 2010 y según informa el Instituto Valenciano de Exportación, los cítricos valencianos han incrementado sus ventas en Europa un 12,38% respecto a 2008.

Ya que los cítricos valencianos parecen atravesar un buen momento, la feria agroalimentaria Fruit Attraction, coorganizada por IFEMA (Feria de Madrid) y FEPEX (Federación Española de Asociaciones de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas), puede ser un lugar donde intensificar y ampliar relaciones comerciales gracias a la presencia de visitantes y profesionales de toda España y más de 50 países de todo el mundo.

Para representar al sector citrícola en Madrid, Fontestad ha cre-

ado un stand con 128 metros cuadrados donde recrea de manera original la huerta valenciana. Además, participa activamente en la programación del encuentro con repartos gratuitos de zumo de naranja fresco y patrocinando la actividad infantil 'La Cocina Encuentada', en la que la cocinera Teresa Pérez contará a los niños un cuento especialmente creado para Fontestad al tiempo que les enseña a preparar una sencilla receta con mandarinas. Esta propuesta se inserta en la programación infantil de las actividades de 'Fruit Fusión', que se completa con los talleres programados por la Asociación '5 al día' y la actuación de los protagonistas del popular programa infantil Lazy Town.

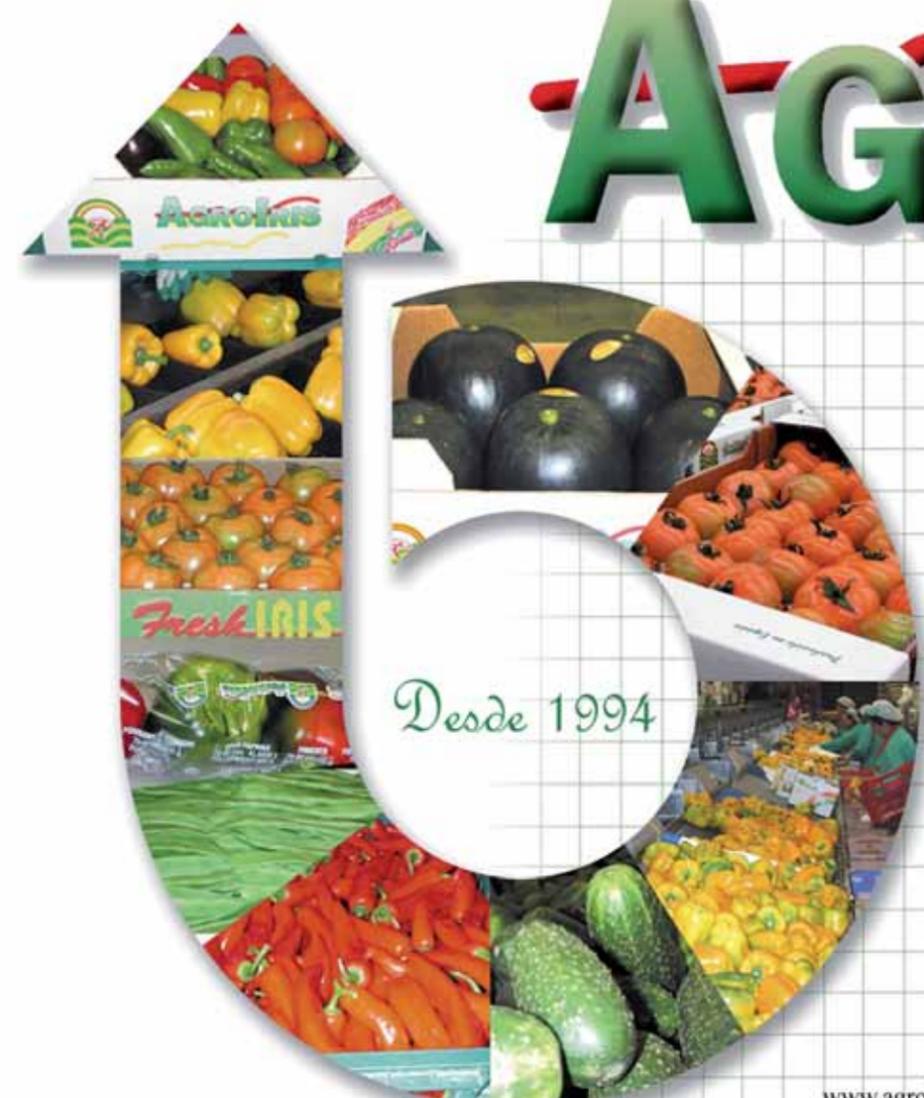
La empresa es un referente de calidad dentro del sector citrícola valenciano y español, al que representará en la segunda edición de la feria madrileña, que se espera que este año supere los 13.000 visitantes que casi reunió en 2009.



■ Cooperativa citrícola valenciana. / FHALMERÍA

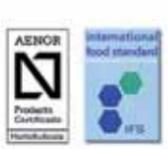


AGROIRIS



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

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



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

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

“

Del Poniente a Madrid

Los calabacines de Juan están triunfando en Madrid, y eso que él no tiene ni idea de comercialización 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

Noticias

'TRANSFORMA EN HORTICULTURA PROTEGIDA'



■ Javier de las Nieves, presidente del IFAPA, junto a profesionales del centro. / FHALMERÍA

El IFAPA estudia diferentes vías para comercializar los productos hortofrutícolas de Andalucía

■ Elena Sánchez

El centro IFAPA de La Mojonera ha recibido más de 300.000 euros por parte de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía para poner en marcha un proyecto de transferencia y formación 'Transforma en Horticultura Protegida' con el que se pretende dinamizar la producción hortícola, diversificar las técnicas sostenibles de cultivo y mejorar los canales de comercialización.

Dicho proyecto fue presentado por el presidente del IFAPA, Javier de las Nieves, y la coordinadora del proyecto, Milagros Fernández, quienes explicaron que este estudio está organizado en tres

pilares de trabajo: mejorar la comercialización de los productos, fomentar la adecuación de prácticas sostenibles y mejorar la calidad y productividad de los cultivos mediante la introducción de nuevas variedades y distintas técnicas de cultivo.

En este sentido, en el primero de los pilares se caracterizarán los procesos de formación de precios y los factores que les influyen y se evaluarán posibles actuaciones que incidan de manera positiva en los canales de venta y en la posición de los productores en la cadena de valor del producto. Mientras, desde IFAPA han dado a conocer que para el fomento de tecnologías sostenibles para el ma-

nejo de cultivos hortícolas protegidos se desarrollarán ensayos en los que se controle y reduzca el aporte de nitrógeno en la fertilización que estos cultivos bajo plástico, se sustituirán métodos químicos de desinfección de suelos por otros no químicos y se incrementará la implantación de control biológico.

Y, en tercer lugar, sobre la mejora de la calidad y productividad, se analizarán distintas variedades de fresa según fechas de plantación y sistemas de cultivo, se estudiará el potencial de las nuevas variedades de hortalizas 'snack' y se mejorará la calidad de determinados tipos de tomate mediante el enriquecimiento carbónico.

PREVISIONES

FAECA espera una "buena" cosecha de cítricos

■ CIA

Tras una campaña 2009-2010, caracterizada por los efectos de las inclemencias meteorológicas que provocaron, entre otras cosas, un descenso en la producción de más del 14% en Andalucía con respecto a 2008-2009, en torno a 1.400.000 toneladas, la actual campaña se prevé ligeramente superior en cuanto a cantidad y considerablemente mejor en calidad. Según las cooperativas, "los frutos presentan un mejor aspecto externo, con mayores calibres, buena coloración y excelentes



■ Mandarinas. / FHALMERÍA

índices de madurez". En consecuencia, se calcula que habrá hasta un 40% más de fruta exportable que el año pasado. Por lo que respecta a las naranjas, principal cítrico andaluz, se baraja un incremento importante en las variedades navelina y salustiana, así como un descenso en navel-late y powell.

POLÍTICA AGRARIA COMÚN

UPA ha valorado como "positivo" el documento de la reforma de la PAC

■ CIA

La Unión de Pequeños Agricultores ha tenido acceso al documento sobre la reforma de la Política Agraria Común que "previsiblemente se presentará el próximo 17 de noviembre", aseguran desde UPA. En dicho documento, explican, "se hace hincapié en que el futuro de las diferentes zonas y modelos de producción pasa por el mantenimiento de una política común sólida y estructurada en dos pi-

lares, como está actualmente". UPA valora que el documento incida en la necesidad de establecer un límite máximo para los pagos recibidos por las grandes explotaciones. Igualmente, considera positivo que la Comisión estime que "sólo los agricultores en activo sean los que perciban las ayudas". La organización espera que en las propuestas legislativas se diferencie claramente entre propietarios de tierras y agricultores en activo.

BALANCE DE CAMPANA

■ CIA

Las cooperativas han dado por concluida la campaña de tomate industrial 2009/2010 con un balance, en general positivo, según el presidente sectorial de Federación Andaluza de Cooperativas Agrarias, Enrique González. A pesar de que la siembra, con 4.121 hectáreas, ha sido un 24% inferior a la anterior y a que más de 200 hectáreas sufrieron pérdidas de hasta el 70% por las tor-

La hectárea cultivada de tomate industrial rinde un 26% más en la última campaña

mentas de agosto, la producción ha sido muy similar a la de la campaña pasada y "los rendimientos han superado todas las expectativas", valoran desde la federación de cooperativas.

Concretamente, las cooperativas de FAECA han transforma-

do en la última campaña 2009-2010, un total de 320.920.450 toneladas de tomate, un volumen similar al de la anterior, cuando se llevó a cabo la transformación de 338.941.000 toneladas. Esto significa, explican desde FAECA, "un descenso de solo el 5%

en la cantidad transformada, que contrasta con el acusado descenso en la superficie sembrada".

En consecuencia, los rendimientos por hectárea se han situado en 78 toneladas, frente a las 62 toneladas por hectárea de

2008/2009, es decir, un 26% más que la anterior.

La nota negativa de la campaña la protagonizó el temporal sufrido en la segunda quincena de agosto y que provocó daños de entre el 50% y el 70% en más de 200 hectáreas de tomate. Las altas temperaturas, por su parte, han permitido una maduración perfecta de los frutos que se ha traducido en tomates de gran calidad y mejor coloración, con menos mermas cuantificadas.

FONDOS

Almería recibe ahora del Pago Único más de 880.000 euros

■ J. E. R.

La Consejería de Agricultura y Pesca ha iniciado el pago de 29 millones de euros de ayudas correspondientes a las ayudas agroambientales de 2009, procedentes del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) y enmarcadas dentro del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2007-2013. A la provincia corresponden algo más de 880.000 euros, principalmente en el ámbito de la agricultura ecológica, la apicultura para la mejora de la diversidad, razas autóctonas y ganadería ecológica. El sector agrario almeriense ocupa uno de los escalafones provinciales en los que se reparten menos ayudas enmarcadas en estas diez categorías establecidas por la Administración. Las más beneficiadas son las provincias de Sevilla, Córdoba, Granada y Jaén, a tenor de las particulares características de la actividad primaria que se desarrolla en estos ámbitos territoriales.

CEREALES

El MARM y el sector analizan el mercado

■ J. E. R.

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, a través de la Subdirección General de Productos Ganaderos ha analizado con los representantes del sector ovino y caprino la situación actual del sector y el contenido de futuras normativas. Durante la reunión, a la que asistieron UPA, COAG, ASAJA, Cooperativas Agroalimentarias y representantes de la Interprofesional, INTEROVIC y de las industrias cárnicas, a través de ANAFRIC, se profundizó en la coyuntura actual del mercado de los cereales para la alimentación animal. También, se presentó el proyecto de orden sobre declaraciones a efectuar por los compradores de leche y productos lácteos.

INICIATIVAS DEL CAMPO

CERES apuesta por los canales cortos para el comercio de productos agrarios

LA ORGANIZACIÓN DE MUJERES DE COAG ABOGA POR FOMENTAR VÍAS ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN QUE SEAN MÁS RENTABLES

■ José Esteban Ruiz

La asociación de Mujeres Rurales CERES y la organización agraria COAG están concienciados en la búsqueda de vías alternativas para la comercialización de los productos agrarios, dada que la rentabilidad del campo ha caído debido a la presión que ejerce la gran distribución. Los profesionales de estas agrupaciones están trabajando para que el consumidor tome conciencia de las ventajas de los productos que se cultivan en la tierra frente a aquellos que la gran distribución ofrece en los lineales de los establecimientos que poseen en la provincia. Una de las alternativas que proponen es el fomento de los canales cortos de distribución. Según explica Inmaculada Idáñez, responsable del Área de Igualdad de COAG, "al final todos somos consumidores y cuando nos acercamos a la tienda o al supermercado buscamos lo mejor para nuestras familias". En este senti-



■ Jornadas organizadas por CERES con la colaboración de COAG. / FHALMERÍA

do, añade, "los alimentos producidos en nuestra tierra cuentan con un sabor y una calidad difícilmente igualables por aquellos que proceden de países terceros que, además, no cuentan con las mismas garantías".

Los objetivos que se marca la asociación se rigen por el des-

arrollo de estrategias conjuntas para fomentar estos canales que acorten las distancias entre el sector agrario y los consumidores. En COAG llevan algún tiempo acumulando experiencias al respecto. "Llevamos varios años apostando por reducir ese espacio y acabar con la maraña de in-

termediarios que nos roban el valor añadido de nuestros productos", asevera la responsable de Igualdad de COAG. Todo ello, se ponía de manifiesto en unas jornadas tituladas 'Canales Cortos de comercialización', en las que se pusieron en común ideas sobre estas actividades.

INDICE DE PRECIOS ENTRE ORIGEN Y DESTINO

El agricultor recibe cuatro veces menos de lo que el consumidor paga por sus hortalizas

■ J. E. R.

Mes a mes se comprueba cómo los precios a los que se venden los productos agrarios al consumidor muestran márgenes comerciales que superan en un alto porcentaje el precio que recibe el agricultor o ganadero en origen. COAG, junto a las asociaciones de consumidores UCE y CEACCU, se empeña en esclarecer esos márgenes comerciales que tanto denuncian. En parte, en los últimos meses se ha visto cómo las cadenas de distribución mantienen un precio similar para determinados productos. En esta ocasión, el IPOD general, como se denomina este índice, se ha establecido en 3,76, lo que significa que el precio que recibió el productor se incrementó un 376% hasta llegar al consumidor final.



■ Pimientos.

En las hortalizas se dibujan diferencias dispares que oscilan entre el 1,82% que se incrementa el precio de la judía en destino y el 534% que aumenta la cotización del pimiento verde al consumidor.

Precisamente este producto ha cotizado en origen, según la media realizada por la organización agraria, a 0,35 euros y en destino se ha expuesto al cliente final a 1,87 euros, un margen de 1,52 euros que resulta de multiplicar por más de 5 puntos lo recibido por el agricultor.

Por otra parte, en el informe de septiembre, se manifiestan diferencias superiores al 300% en calabacín, tomate para ensalada y lechuga. Concretamente, el calabacín experimentó un aumento de su valor del campo a la mesa de un 346%. En origen, cotizó a 0,41 euros, mientras que en destino se vendió el kilogramo a 1,42 euros. Algo similar ocurre con el tomate que de 0,41 que se valoró en origen, pasó a costar 1,95 euros, registrando un incremento del 476%. Asimismo,

en estos márgenes se ha situado el comercio de lechuga, al cotizar en origen a un precio medio de 0,22 euros por kilogramo y venderse en destino a 0,90 euros.

El resto de hortalizas que se producen en la provincia también, aunque en menor medida, registran notables incrementos. Así, el agricultor que vendió sus berenjenas recibió por un kilogramo 0,45 euros para que el consumidor compre esa misma cantidad por 1,61 euros, con su correspondiente incremento del 358%. Este mismo margen se registró en el kilo de pimiento rojo, puesto que cotizó a 0,61 euros y se vendió en destino a 2,14 euros. Finalmente, y con un margen inferior, pero algo más alto que la judía, se situaba el pepino que experimentó un incremento en su precio superior a un 190%.

PROYECTO DE ESTOIL

ASAJA apuesta por transformar los residuos agrarios en biocombustible

■ José Esteban Ruiz

Las críticas realizadas por las organizaciones agrarias a la gestión que se lleva a cabo de los desechos que se generan en los invernaderos, el descontento de los agricultores y la escasez de soluciones firmes de las administraciones han planteado un nuevo marco de debate en el que algunas organizaciones agrarias como ASAJA se han puesto manos a la obra en busca de vías alternativas para reciclar los residuos agrarios y mantener, de esta forma, la higiene rural. Así, responsables de ASAJA Almería se han entrevistado recientemente con representantes de la empresa Estoil para conocer al detalle el proyecto que se traen entre manos. El mismo consiste en la implantación de una planta que convierte los residuos vegetales, incluida la rafia, en biocombustibles de segunda generación, diésel y gasolina.

La organización agraria estuvo representada por su presidente provincial, Francisco Vargas, y un



■ Reunión en ASAJA.

grupo de agricultores de la junta directiva de ASAJA interesados en el proyecto de reutilización de residuos de Estoil, y por parte de la empresa, asistió su director, Fernando Estrada, junto a representantes de otras empresas implicadas en el proyecto, como son el presidente de Biofuel Hispania, Julio Torres, y el Ingeniero responsable del proyecto, Jesús Cabrera. La empresa, explica Francisco Vargas, “presentó a los agri-

cultores de ASAJA su proyecto para la construcción de una planta de transformación de residuos agrarios que convertiría la biomasa en un diésel bio de segunda generación, con mejores propiedades que el gasóleo de automoción y diferente al biodiésel”. El proceso de transformación, añade, “se basa en el sistema Kurata. Esta técnica permite descomponer cualquier compuesto que contenga carbono en moléculas más pequeñas para posteriormente reagruparlas en cadenas de hidrocarburo más largas y conseguir el compuesto deseado, bien diésel, gasolina o queroseno”.

En ASAJA ven con buenos ojos el proyecto, ya que “permitiría al agricultor dar salida al residuo, incluida la rafia y el plástico, sin costes adicionales al transporte a cambio de que los restos vegetales lleguen en condiciones óptimas”. La planta se ubicaría en el término municipal de Almería y contaría con una capacidad de recogida inicial de 200.000 toneladas de restos agrícolas.

SEGURIDAD EN EL CAMPO

Los agricultores solicitan medidas que faciliten las denuncias de los robos

■ J. E. R.

Los robos en el campo no cesan y se convierten en otro de los grandes problemas que deben afrontar los productores. En esto, la organización agraria ASAJA-Almería ha mantenido, recientemente, una reunión con el subdelegado del Gobierno, Andrés Heras, para plantearle la preocupación de los agricultores. Francisco Vargas, presidente provincial de la agrupación agraria, mostró la disponibilidad de ASAJA-Almería a la cooperación con los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado y propuso en dicho encuentro medidas que contribuyan a facilitar la presentación de denuncias por parte de los agricultores, en consonancia con las herramientas impulsadas por la organización a nivel andaluz, según informaron posteriormente.

Desde esta organización “siempre hemos valorado el trabajo desempeñado por el personal de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, y se sigue insistiendo en la necesidad de controles de los puntos de venta y de aquellos que adquieren producto de dudosa procedencia, ya sean particulares o empresas”, afirma Francisco Vargas. Por este motivo, ASAJA recomienda al agricultor que “ante el ofrecimiento de cualquier producto sospechoso, lo ponga de inmediato en conocimiento de los cuerpos de seguridad”.

En este contexto, coincidieron en la importancia de que la colaboración entre los agricultores y los distintos cuerpos de seguridad se intensifique con el objeto de incrementar la presencia policial en el campo y, en especial, en los puntos de mayor dificultad de acceso.

Tel. 628 012617

Revestimientos
Reparaciones puntuales en fincas
Trabajos de albañilería
Hormigonado de caminos
Albañilería en general

 VISOFI
Iniciativas

Universidad

SERVICIOS ANALÍTICOS

Savia Biotech cuenta con la última tecnología que detecta los virus que afectan a las semillas

LA SPIN OFF PRETENDE EVITAR CASOS COMO EL DE LAS COSECHAS DE TOMATE DE NÍJAR AFECTADAS POR EL VIRUS DE LA CUCHARA

E. S. G.

La spin off almeriense Savia Biotech, nacida en la Universidad de Almería y con sede en Roquetas de Mar, ha informado a través de una nota que cuenta con la última tecnología en servicios analíticos con los que se puede detectar, de la forma más fiable, diversos virus, bacterias y hongos que afectan a las semillas y a las plantas de los profesionales de la agricultura.

Y es que, con este servicio, Savia Biotech pretende evitar casos como el de las cosechas de tomate de la comarca de Níjar, que se han visto afectadas recientemente por 'el virus de la cuchara'. Una plaga que ha obligado a arrancar más de 200 hectáreas y

que ha afectado, además, a entre el 20% y el 50% de las cosechas nijareñas. Los agricultores tienen ahora la solución a estos problemas con el departamento de virología de Savia Biotech, especializado en virus de plantas y semillas.

Por otro lado, la entidad recibió hace unos días la visita de veinte doctorandos, dos tutores y Juan Capel, organizador de las Jornadas Doctorales en las que se enmarca esta actividad. Savia Biotech ha sido elegida por los organizadores de las jornadas por su carácter joven y pionero dentro de las empresas de base tecnológica (EBT).

Los alumnos, procedentes de distintas universidades andaluzas, se han mostrado muy interesados en el equipamiento de la empresa, especialmente en la sala de técnicas de PCR, pero también en la estandarización de los procesos y la trazabilidad y confiabilidad de las muestras, aspectos básicos de Savia Biotech.



Interior de uno de los laboratorios de las instalaciones de Savia Biotech en Roquetas. / FHALMERÍA

TRABAJO SOBRE AGRICULTURA ECOLÓGICA

Fallado el I Premio Cátedra Cajamar en Investigación en Economía Agraria

E. Sánchez

El estudio 'La gestión de riesgos y las políticas de cambio climático en la agricultura ecológica' del profesor Felipe Medina ha obtenido el primer premio Cátedra Cajamar de la UAL en Investigación en Economía Agroalimentaria. Este trabajo, premiado en la modalidad de tesis, refleja que en la actualidad no existen herramientas de gestión del riesgo específicas para las producciones ecológicas ni incentivos dirigidos al desarrollo de sus técnicas, las cuales suponen una disminución nada despreciable de las emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera. Por ello, esta tesis doctoral ha tratado de dar respuesta a una serie de aspectos mediante estudios como: análisis del riesgo,



Momento de la entrega de premios en la UAL. / FHALMERÍA

la viabilidad económica y los beneficios sociales y medioambientales de las explotaciones dedicadas a la producción ecológica; estudio de la percepción del riesgo por parte de los productores ecológicos y la vulnerabilidad

de sus explotaciones ante fenómenos adversos climáticos y de otro tipo; evaluación de la utilidad actual y las carencias del seguro agrario como herramienta de gestión del riesgo en explotaciones gestionadas bajo manejo eco-

lógico; y análisis el desarrollo de técnicas de producción ecológica como estrategia de mitigación del cambio climático.

RESULTADOS

Los resultados muestran los beneficios ambientales, sociales y económicos de la producción ecológica, basados en el análisis de riesgo y rentabilidad económica de determinadas producciones desarrolladas bajo sistema ecológico, comparadas con producciones gestionadas mediante sistema convencional. Asimismo, en el trabajo se han estudiado además de las estrategias para la gestión de riesgo a disposición de los agricultores que desarrollan su labor profesional en las explotaciones agrarias, haciendo especial hincapié en la utilización del seguro agrario por parte de los productores como herramienta de gestión de riesgos de origen climático.

Por otro lado, ha sido premiado el trabajo de investigación 'Ca-

racterización y análisis del impacto y los resultados de las fusiones de cooperativas en el sector agroalimentario español', de Elena Meliá Martí y Ana María Martínez García, ambas profesoras de la Universidad Politécnica de Valencia. El accésit ha sido para el trabajo 'La adopción de tecnología en los invernaderos hortícolas mediterráneos' de María del Carmen García Martínez, también de la UPV. El premio al artículo periodístico ha quedado desierto. Se ha realizado, por parte del jurado, una mención especial a la editorial 'Mundiprensa', por su labor a favor del sector agroalimentario durante toda su trayectoria. Cada uno de los premios está dotado con 5.000 euros, excepto el accésit que lo está en 1.500.

El premio al trabajo de investigación otorgado a Elena Meliá Martí y Ana María Martínez García profundiza en el estudio de los procesos de fusión llevados a cabo por las cooperativas del sector agroalimentario español entre 1995 y 2005.

CAMPUS DE EXCELENCIA AGROALIMENTARIA

La UAL conoce los requisitos para lograr la aprobación definitiva del CEI-A3

EL COORDINADOR DEL CAMPUS HA VISITADO ALMERÍA PARA EXPLICAR LOS OBJETIVOS MARCADOS HASTA EL AÑO 2015

■ Elena Sánchez

El coordinador del Campus de Excelencia Internacional en Agroalimentación, Juan José Ruiz, ha visitado la Universidad de Almería (UAL) para explicar a los responsables de los Vicerrectorados de Internacionalización de las universidades participantes en el proyecto, entre ellas la de Almería, los requisitos y exigencias que habrán que cumplirse de aquí al año 2015 para la aprobación y concesión definitiva del CEI-A3. Al respecto, Ruiz ha comentado que “se trata, principalmente, de cumplir objetivo en materia de calidad docente e investigadora en las que están implicadas las cinco universidades que forman parte del Campus de Excelencia Agroalimentaria”.

De hecho, este proyecto se sustenta en dos ideas motrices. La primera, la de la agregación de esfuerzos de pequeñas y medianas universidades a fin de alcanza ma-



■ Juan José Ruiz, coordinador del Campus Internacional de Excelencia en Agroalimentación. / FHALMERIA

yor potencialidad constituyendo un único Campus, con gestión integrada, en el que cada Universidad participante cede parte de su autonomía.

Por otro lado, la segunda, se refiere al tema. De entre los 18 proyectos que accedieron a la fase final, el agroalimentario destacó por la concreción del tema y por su impacto social y económico. Así,

uno de los objetivos claros de este programa es el de la cohesión social y el papel que las universidades deben jugar en la misma y en el proceso de regeneración de los entornos locales, a nivel socioeconómico y también cultural. Con todo ello, el coordinador del Campus, Juan José Ruiz, pidió durante su visita a la UAL mayor implicación de todos los agentes

implicados en este proyecto, partiendo desde las propias universidades hasta llegar a los políticos. También explicaba que el CIE-A3 ha pedido de momento cuatro ayudas para su desarrollo, dos al Ministerio de Educación, otra al de Ciencia e Innovación y otra más a la Unión Europea y, de momento, sólo ha recibido 455.00 euros de Educación.

ACUERDOS

UAL y Monterrey colaborarán en proyectos de investigación

■ CIA

El pasado día 28 de septiembre se celebró en la Universidad de Almería un encuentro entre representantes de la UAL y del Tecnológico de Monterrey (México), previo al establecimiento de un convenio de cooperación académica y científica específico en el área de Agronomía entre las dos instituciones académicas. A dicha reunión asistió la Vicerrectora de Internacionalización de la Universidad de Almería, Sagrario Salaberri, y los representantes del Tecnológico, Arturo González Barrón y Salvador Coutiño.

El encuentro permitió iniciar la elaboración de un proyecto que cubrirá desde la producción agrícola en ambientes controlados hasta la seguridad alimentaria. La reunión de la delegación mexicana se complementó con una visita guiada por el campus de La Cañada, en la que Juan Eugenio Álvaro y Miguel Urrestarazu, explicaron a los responsables de Tecnológico de Monterrey, el funcionamiento de la Fundación Mediterránea.

COEXPHAL Y CAJAMAR

Hallan avispas autóctonas que actúan de manera eficaz contra la plaga de la polilla del tomate

■ I. F. G.

Investigadores de la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (COEXPHAL) y de la Universidad de Almería (UAL) ha descubierto un grupo de parasitoides autóctonos en Europa que ha demostrado un alto grado de eficacia en la lucha contra la Tuta absoluta o polilla del tomate y que puede llegar, en algunos casos, al 70%. En este sentido, Jan van der Blom, responsable del Departamento de Control de Plagas de COEXPHAL, comentó que, mientras trabajaban en otro proyecto cuyo objetivo era la optimización de las medidas preventivas contra la plaga, “nos tropezamos con una situación en una zona de la provincia, en el Poniente, donde empezamos a ver



■ Vista del Necremnus, muy parecido al Diglyphus isaea. / FHALMERIA

control biológico por algunas especies parasitoides que, hasta ahora, se habían visto en Cataluña o Valencia a pequeña escala, pero nunca se habían visto de forma importante”. En concreto, en los invernaderos visitados por este gru-

po de técnicos, se detectaron, al menos, cinco especies de himenópteros de Tuta absoluta de forma espontánea, aunque fueron los pertenecientes al género Necremnus los que ofrecieron un mayor porcentaje de efectividad.

De este modo, Van der Blom explicó que “nos llamó la atención que había una población muy grande y que, incluso, llegaba a eliminar toda la población de Tuta absoluta de un invernadero donde, realmente, había mucha plaga”. Los resultados observados fueron tales que el técnico de COEXPHAL afirmó que “hemos visto una eficacia que llegó al 70% y, en realidad, el efecto es mayor”. Desde la Asociación de Productores almerienses indicaron que, si bien es cierto que esta situación, hasta la fecha, ha sido algo puntual, también lo es que “puede ser clave para el control de la plaga a medio y largo plazo”.

Asimismo, las observaciones realizadas por estos investigadores ponen de manifiesto que la Tuta absoluta, al menos en el interior de los invernaderos, es una plaga

manejable. Por otro lado, y con respecto al ‘modus operandi’ de estas avispas parasitoides, desde COEXPHAL explicaron que buscan entre las plantas hasta detectar hojas con galerías en cuyo interior se encuentra la larva de la polilla del tomate. A través de la hoja, las hembras pinchan estas larvas con su aguijón y les inyectan un veneno que, aunque no las mata, sí las paraliza. Posteriormente, la avispa pone un huevo al lado de la larva de Tuta, que eclosiona después de pocos días. La larva de la avispa se alimenta de la larva de la Tuta paralizada y, finalmente, la mata. Según explicaron desde la Asociación almeriense, tanto en su apariencia como en su ciclo de vida, Necremnus se parece mucho a uno de los parasitoides más conocidos y eficaces de la zona, Diglyphus isaea, parasitoides del minador ‘normal’. Estos parasitoides “probablemente vienen de la vegetación natural alrededor de los cultivos, donde se encuentran muchas especies de polillas parecidas a la Tuta absoluta”.

I + D

BREVES

Vino tinto a partir de uvas irradiadas



Los investigadores del Centro IFAPA de Jerez de la Frontera han obtenido un vino tinto con alto contenido de componentes como el resveratrol y el hidroxilado piceatannol, que tienen numerosas propiedades antioxidantes, tras someter a las uvas a luz ultravioleta.

La Junta muestra su labor en I+D

La Fundación Pública Andaluza Fondo de Formación y Empleo, entidad de la Consejería de Empleo, dispone desde el pasado mes de septiembre en su Web de una nueva sección, www.faffe.es/estudioseinvestigaciones, centrada en los estudios e investigaciones considerados de mayor interés general que la entidad ha ido desarrollando en los últimos años.

I Premios a la Innovación



El Boletín Oficial del Estado (BOE) ha publicado una Resolución del MARM en la que informa sobre los ganadores de la primera edición de los Premios de Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales, que recibirán un total de 500.000 euros.

CIENCIA E INNOVACIÓN

El Ministerio financia el empleo y formación de 235 expertos en I+D

ESTAS AYUDAS ASCIENDEN A MÁS DE 27 MILLONES DE EUROS EN PRÉSTAMOS Y A 750.000 EUROS EN SUBVENCIONES

■ E. Sánchez

La primera convocatoria del programa InnCorpora ha resuelto financiar la contratación y formación de 235 expertos en innovación cuyas ayudas ascienden a más de 27 millones de euros en préstamos y 750.000 euros en subvenciones. Según ha informado el Ministerio de Ciencia e Innovación, se trata de un programa pionero en el marco de la Estrategia Estatal de Innovación y que tiene como objetivo potenciar la contratación de personal para la I+D+i, combinando la formación en innovación. Estas ayudas están dirigidas a empresas, centros tecnológicos, centros de apoyo a la innovación tecnológica, asociaciones empresariales y parques científicos y tecnológicos, todos ellos en el sector privado.

Además, el nuevo programa InnCorpora fomenta la contratación de jóvenes, ya que casi un 77%

de los controlados no superan los 35 años de edad. Del mismo modo, contribuye a la estabilidad laboral, puesto que un 46% de los contratos estaban en situación de desempleo y el 56% son contratos fijos y con un salario medio de 31.000€ anuales, acordes a la cualificación necesaria.

ALTA CUALIFICACIÓN

La cualificación profesional de los tecnólogos para cuyas contrataciones se van a dar estas ayudas es alta, ya que un 63% de ellos poseen estudios universitarios superiores, siendo más de un 20% doctores. Esta primera convocatoria ha sido bien acogida en todas las comunidades autónomas, siendo Andalucía, Cataluña y Madrid las comunidades que han presentado un mayor número de solicitudes.

La convocatoria InnCorpora se enmarca en la Estrategia Estatal de Innovación (e2i) diseñada por el Ministerio de Ciencia e Innovación para contribuir a transformar la economía en una economía sostenible, con empleos de alto valor añadido y más estables ante fluctuaciones del ciclo económico. Los proyectos de I+D+i



■ Científicos trabajando en el CUAM. / FHALMERÍA

que se impulsan con estas nuevas contrataciones se integran en diversas áreas de la tecnología: Ciencia de la Computación y Tecnología Informática; Tecnología Electrónica y de las Comunicaciones; Ciencia y Tecnología de los Alimentos; Ingeniería Mecánica, Naval y Aeronáutica; Biomedicina; Tecnología Química; y Ciencia y Tecnología de los materiales, entre otras. La parte de préstamos de esta convocatoria está destinada a cubrir los gastos de personal derivados de la con-

tratación de los tecnólogos, así como los costes indirectos durante tres años. Se trata de un préstamo con un tipo de interés del 0% que los beneficiarios deberán devolver en nueve años con tres años de carencia y sin necesidad de garantías.

Por otra parte, las subvenciones están dirigidas a cubrir los costes de la formación en capacidades y herramientas para la innovación que obligatoriamente tiene que realizar cada contratado para el que se ha solicitado la ayuda.

VII PROGRAMA MARCO

Huelva acoge el taller sobre la convocatoria europea de proyectos de I+D en agricultura

■ E. S. G.

A principios de octubre se celebró en la sede de ADESVA, el evento 'Financiación Europea de I+D+i: El VII Programa Marco. Oportunidades para el sector Alimentación, Agricultura y Pesca y Biotecnología (KBBE)'. Dicho evento, organizado por CITAndalucía y ADESVA, tuvo como objetivo analizar el nuevo Escenario Europeo de I+D+i en el Sector de Alimentación, Agricultura y Pesca y Biotecnología (KBBE).

En particular, se analizaron las oportunidades de participación para Andalucía en el ámbito de las nuevas convocatorias de KBBE que se publicaron el pasado 20 de julio de 2010.

El taller estuvo dirigido a grandes empresas, pymes y grupos de investigación con actividad de I+D+i en áreas prioritizadas del VII PM - KBBE. Además, los asistentes al evento pudieron contar con el asesoramiento de expertos del Área de Programas Internacionales de CITAndalucía.

RECONOCIMIENTO

Cajamar recibe un premio en 'Eurofruit'

■ E. S. G.

El alcalde de Lérida, Ángel Ros, ha entregado a la Fundación Cajamar el primer premio de la 39ª edición del Premio del Libro Agrario por la obra 'La economía del agua de riego en España'. El galardón estaba organizado por Feria de Lérida y se entregó en el marco de la 56ª edición de la Feria Agraria de Sant Miquel y la 25ª edición del salón Eurofruit. El libro, de 528 páginas, se estructura en 24 ca-



■ Entrega de premios. / FHALMERÍA

pítulos, que han contado con la participación de 49 investigadores.

FORMACIÓN

“La cultura preventiva es fundamental para el desarrollo del sector agrícola almeriense”

EN NOVIEMBRE SE CELEBRA EN ALMERÍA EL IV CONGRESO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN EL SECTOR AGRARIO

■ Elena Sánchez

-¿Qué objetivos se han marcado con el desarrollo del IV Congreso de Prevención?

-Este evento es consecuencia del compromiso decidido y claro de nuestra organización colegial con la implantación de la cultura preventiva en el sector agroalimentario, con el objetivo de reducir los actuales índices de siniestralidad y mejorar las condiciones de seguridad y salud de los agricultores, ganaderos y trabajadores de la industria agroalimentaria. La finalidad de este IV Congreso Nacional de Prevención de Riesgos Laborales es avanzar en el conocimiento científico y técnico que permita la creación y desarrollo de medidas para la mejora de los actuales índices de siniestralidad y mejorar las condiciones de seguridad y salud de los agricultores, ganaderos y otros trabajadores de la industria agroalimentaria.

-Es la primera vez que se realiza en Almería, una provincia donde impera el sector agroalimentario, ¿qué supone esta acción para Almería y para la agricultura a nivel nacional e internacional?

-Si bien la cultura preventiva es fundamental en sectores como el agrario donde, de una parte abundan las empresas de pequeño tamaño en la producción (agricultores), y de otra las grandes empresas comercializadoras (cooperativas y exportadores), en Almería la importancia es aún mayor. No debemos de olvidar la internacionalización que alcanzan nuestras producciones, por lo que están sometidas a las más estrictas normas de calidad. Pues bien, casi todas las normas de calidad tienen un alto componente en la preocupación por la salud del trabajador. Por ello, conociendo y cumpliendo la legislación de prevención de riesgos laborales se consigue el doble propósito de mejorar la seguridad y salud de los trabajadores y demostrarlo a través del cumplimiento de las normas de calidad. Con ello se mejora la imagen de nuestros productos a nivel nacional e interna-

JOSÉ VICENTE SIMÓN
PRESIDENTE DEL COLEGIO OFICIAL DE INGENIEROS TÉCNICOS AGRÍCOLAS DE ALMERÍA



cional.

-El sector agrario, ¿qué lugar ocupa entre el resto de sectores a la hora de registrar accidentes laborales?

-Es difícil dar un dato exacto, pues al tratarse de un sector de pequeñas y medianas empresas, muchas de ellas familiares y de autónomos, no se declaran todos los pequeños accidentes que ocurren. En cualquier caso es un sector donde

se trabaja con todo tipo de riesgos: mecánicos, eléctricos, químicos, biológicos. Es difícil encontrar otro sector donde pueda concurrir tan gran variedad de riesgo.

-¿Cuáles son los principales consejos que se ofrecen tanto a empresarios como trabajadores para evitar riesgos en el trabajo?

-Indudablemente el primer consejo es el conocimiento. La di-

vulgación y la formación son fundamentales para minimizar los riesgos y evitar los accidentes. Éste es uno de los fines de este congreso: dar a conocer los principales riesgos e inculcar la cultura preventiva en todos los agentes que intervienen en el proceso productivo. Otro aspecto fundamental es el asesoramiento, no solo legal, sino también a nivel práctico de actuaciones preventivas. Para

ello son necesarios dos tipos de conocimientos; de una parte conocimientos en prevención de riesgos laborales y, de otra, un profundo conocimiento del sistema productivo. Es por esto que los ingenieros agrícolas son los prevenicionistas ideales para actuar en el sector agroalimentario. Desde nuestra organización colegial se viene realizando desde hace tiempo una labor formativa de los ingenieros agrícolas mediante la impartición de máster en prevención de riesgos laborales, cursos de coordinador de obras, etc. Esta labor formativa ha sido complementada por una labor de divulgación tanto hacia los propios ingenieros agrícolas como al sector agroalimentario mediante cursos, jornadas, etc.

-¿Cuáles son los temas a tratar durante los tres días de congreso y qué expertos estarán presentes en el mismo?

-Los temas están divididos por su formato en ponencias, comunicaciones técnicas orales, mesas redondas, exposiciones y demostraciones y visitas, de forma que cada tema sea afrontado por el método de comunicación que favorezca su comprensión, y cómo no, el debate. En cuanto a los contenidos podemos hablar de varios grupos: novedades legislativas, responsabilidad jurídica, novedades técnicas que afectan a la prevención y actuaciones en sectores concretos.

“En estos momentos, el Colegio Oficial lo forman 1.179 ingenieros agrícolas”

■ E. S. G.

-Hablando un poco del Colegio de Ingenieros Técnicos Agrícolas, ¿cuál es su situación actual? ¿Con cuántos miembros cuenta actualmente?

-La situación del Colegio es paralela a la del sector agroalimentario en general y almeriense en particular. No hay que olvidar que somos parte de él y, además, una parte muy dinámica por nuestra propia actividad innovadora. Especialmente en una agricultura que basa su rentabilidad en la tecnología aplicada a la seguridad alimentaria. En estos momentos el Colegio lo



■ Vicente Simón. / FHALMERÍA

forman 1.179 ingenieros agrícolas de los cuales, la mayoría desarrolla su labor en la provincia de Almería, pero también hay ingenieros agrícolas de Almería desarrollando su labor técnica en Andalucía, España, Europa y en los cinco continentes.

-Finalmente, ¿qué actividades y servicios se ofrecen en el Colegio almeriense?

-Los servicios que ofrece nuestro colegio son de lo más variados. Desde biblioteca técnica, mutua de seguros, seguro de responsabilidad civil, asesoría técnica, asesoría de proyectos, información legislativa, salas para reuniones, direcciones de correo

electrónico, etc. Tampoco hay que olvidar actividades más lúdicas y que fomentan el encuentro entre los compañeros como excursiones, viajes o la tradicional comida de hermandad de San Isidro. De cara a la sociedad, realiza el control profesional y deontológico de las actuaciones de los ingenieros agrícolas, que tiene especial relevancia en el visado colegial de los trabajos que realizan los mismos y que garantiza al cliente la titulación y situación profesional del ingeniero agrícola, así como la adecuación formal del trabajo realizado a la legislación. Es una garantía para los ciudadanos, por lo que deben exigir que los técnicos que contraten sean ingenieros técnicos agrícolas colegiados y que sus trabajos estén visados por el Colegio.

IV y V gama

MIRANDO AL FUTURO

Una decena de empresas almerienses ya trabaja en este tipo de industria

LA DEMANDA CRECIENTE DE ESTOS ALIMENTOS HA FACILITADO QUE LAS COMERCIALIZADORAS DE LA PROVINCIA INICIEN YA SU ELABORACIÓN

■ Isabel Fernández

Una decena de empresas de la provincia almeriense ya ha apostado de forma firme por la puesta en marcha de una industria para la elaboración de alimentos de IV y V gama. Así lo reflejan los datos facilitados por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, que dejan entrever, además, que la V gama gana, poco a poco, a los alimentos algo menos elaborados.

En este sentido, a día de hoy, Primaflor, La Unión, Alcoex Mediterráneo, Caparrós Nature, Solfrío, SAT Cítricos del Andarax y Tomaraf ya han dado un paso hacia el frente, apostando por estos productos cada vez más deman-



■ Alcoex Mediterráneo inició su actividad hace en torno a un año. / FHALMERÍA

dados por el mercado. Los últimos en subirse al carro o, al menos lo tienen en mente, han sido SAT Costa de Almería, Canalex y, más recientemente, SAT Agroiris. Y es que nadie quiere desaprovechar la oportunidad de ga-

nar protagonismo en un mercado que comienza a crecer en España.

De este modo, Juan Deus, delegado provincial de Agricultura, comentó que “los nuevos ritmos de la vida en los que estamos in-

mersos, fruto de los cambios sociales y económicos, llevan cada vez más al consumidor a dedicar menos tiempo a cocinar y, por tanto, cada vez demanda más productos agroalimentarios semielaborados o listos para calentar”.

Por todo ello, Deus afirmó estar “convencido de que los productos de IV y V gama, en cuanto que facilitan la vida a muchas personas, son muy útiles para los consumidores”.

Para el delegado del ramo no cabe duda de que, “para las empresas almerienses, se trata de una oportunidad de negocio por la que hay que apostar”. Y es que, según explicó, “la demanda de este tipo de productos está creciendo año a año y, si tenemos en cuenta que, aproximadamente, entre un 20% y un 30% de los productos frescos son categorías inferiores a las estándar de comercialización”, la ecuación está clara. De este modo, se estaría aprovechando, además, una parte importante de la producción que, con las mismas cualidades nutricionales y organolépticas que los productos vendidos como primera categoría, se desechan campaña tras campaña.

Así pues, las empresas de la provincia comienzan a buscar un nuevo valor añadido a esa parte de su producción que, en ocasiones, acaba malvendándose. Asimismo, se da una vuelta de tuerca más a la producción en fresco de Almería, buscando nuevos productos con los que deleitar a un consumidor que, día a día, es más exigente.

LA ORDEN SE PUBLICÓ EN AGOSTO

Comercializadoras podrán solicitar ayudas hasta finales de este año

■ I. F. G.

Las empresas que quieran poner en marcha proyectos para la transformación y comercialización de productos agrícolas en el marco del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2007/2013 tienen hasta finales de este año para solicitar las últimas subvenciones hechas públicas por la Junta de Andalucía y que se publicaron en el Boletín Oficial de la Comunidad (BOJA) el pasado mes de agosto.

Con la publicación de estas ayudas, según indicaron desde la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca, la Administración “apoya al tejido industrial agroalimentario de Andalucía y, especialmente, a las



■ Para la industria. / FHALMERÍA

empresas dedicadas a la transformación y comercialización que han apostado recientemente por fórmulas de integración

o cooperación empresarial. En los últimos años, la Consejería del ramo ha aprobado expedientes de ayuda acogidos a la línea de transformación y comercialización de productos con una subvención global de 4 millones de euros, para una inversión de unos 19 millones en proyectos de elaboración de productos de IV gama en la provincia de Almería.

Por otro lado, recientemente, la Junta puso en marcha, con el apoyo de los agentes económicos sociales de la Comunidad, el Plan Estratégico de la Agroindustria Andaluza. Un Plan que, según indicaron desde la propia Administración, cuenta con un presupuesto de 900 millones hasta el horizonte del próximo año 2013.

PASO A PASO

La venta de productos de IV gama creció un 6% hasta agosto, según AFHORLA

■ I. F. G.

La comercialización de frutas y hortalizas de IV gama creció un 6% entre enero y agosto de 2010. Así lo indicaron desde la Asociación Española de Frutas y Hortalizas Lavadas Listas para su Empleo (AFHORLA). De este modo, en los ocho primeros meses de este año, se vendieron 47.287 toneladas de estos alimentos, mientras que, justo un año antes, esta cifra fue de 44.729 toneladas.

El grueso del total comercializado corresponde a las hortalizas, con 46.375 toneladas, un 6% más que un año antes. Sin embargo, en esta ocasión, han sido las frutas las que han experimentado un mayor incremento de su comercialización. Un 10% más que hace

un año, hasta alcanzar las 911 toneladas.

De esos ocho meses, sólo en julio se produjo un descenso de las ventas de productos hortofrutícolas de IV gama. Entonces, se comercializaron 5.605 toneladas, un 2'67% menos que en el mismo mes de 2009. En agosto, sin embargo, la comercialización de estos alimentos alcanzó las 5.538 toneladas, un 0'45% más que en agosto del año antes.

Por último, según indicaron desde AFHORLA, el sector de IV gama alcanza un volumen de negocio anual de unos 200 millones de euros, de los que el 85% corresponde a miembros de esta asociación. Asimismo, las perspectivas para este sector apuntan hacia un continuo crecimiento.

Industria Agraria

MISIONES EN EL EXTERIOR

La Cámara de Comercio impulsa la internacionalización del sector

LA IAA ALMERIENSE ESTARÁ PRESENTE EN EVENTOS COMO LA AG TRADE FAIR DE CHINA, EL MAYOR EVENTO DEL SECTOR EN ESTE PAÍS

■ José Esteban Ruiz

Octubre está cargado en la agenda de internacionalización de la Cámara de Comercio. La institución ha centrado su objetivo en conseguir que las empresas almerienses ganen en fortaleza de cara al mercado exterior, sobre todo las pertenecientes a la industria auxiliar de la agricultura. "Es crucial para las empresas de todos los sectores productivos apostar por su presencia internacional para afrontar el futuro", comentó, Fernando Ruano, responsable del Área de Comercio.



■ La entidad prevé organizar varias misiones. /FHALMERÍA

Para este mes, han preparado la participación en distintos eventos internacionales, entre ellos Macfrut, en Italia; Hortifair, en Holanda; PMA Fresh Summit, en EE UU; y AG Trade Fair, en China. Junto a ello, la Cámara prevé la asistencia a dos foros de negocio

que tendrán lugar en República Dominicana y en Nador, Marruecos. Estos dos últimos encuentros "son muy interesantes, ya que son zonas que ofrecen muchas oportunidades al tejido empresarial porque tienen expectativas de crecimiento".

CRECIMIENTO

NaanDanJain cerrará 2010 con un 22% más de ventas

■ I. F. G.

NaanDanJain Ibérica, filial de la multinacional homónima de capital indio e israelí, prevé cerrar el actual ejercicio con un incre-

mento de sus ventas del 22%. Estos resultados son más que positivos, sobre todo si se tiene en cuenta que el sector vive una caída generalizada que oscila entre el 30% y el 40%. Con este pano-

rama tan esperanzador acaba de llegar a la dirección de la empresa en España Carlos Lavilla, primer director general español de la multinacional. Durante el tiempo que esté al frente de la compañía, Lavilla se centrará en mejorar la capacidad productiva de la fábrica que la empresa tiene en El Ejido, así como en el desarrollo de proyectos llave en mano.

EN EL PITA



■ El Consejo Rector y el consejero visitaron las obras. /FHALMERÍA

TECNOVA cambiará de imagen en la celebración de su próximo aniversario

■ I. F. G.

El Consejo Rector del Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura-TECNOVA se reunió recientemente para tratar, entre otros asuntos, la celebración del próximo aniversario de la Fundación, que cumple ya diez años al servicio del sector agroalimentario almeriense y andaluz. Según indicaron desde el CT almeriense, están preparando diversas actividades, entre ellas, el rediseño de su logotipo para "adaptarlo a los nuevos tiempos y exigencias actuales".

En esta reunión del Consejo Rector, en la que también participó el delegado provincial de

Economía, Innovación y Ciencia, Juan Carlos Pérez, se informó de los progresos realizados en la construcción del nuevo centro que tendrá TECNOVA en el Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA). En este sentido, recordaron que está previsto que las obras concluyan en diciembre de 2011. Para entonces, se habrán invertido 4 millones de euros en la creación de esta sede.

Por último, los miembros del Consejo Rector trasladaron al delegado provincial su objetivo de convertir el nuevo edificio en centro de referencia agroalimentario a nivel mundial para las empresas de la industria auxiliar de la agricultura. Un lugar donde la I+D+i lo impregnará todo.

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

www.fhalmería.com

fhalmería
Revista Agraria Mensual de la Provincia de Almería

Almería vende en la feria de Berlín sus mejores hortalizas

Agricultores decepcionados piden al resto del sector que "renueve ficha" para recuperar rentabilidad

Almería en Follonica, en foto

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

Legislación

PRESUPUESTOS GENERALES DEL ESTADO

El Gobierno recorta el presupuesto del MARM en un 13% para 2011

LAS ORGANIZACIONES AGRARIAS MOSTRARON SU PREOCUPACIÓN ANTE ESTE 'TIJERETAZO', QUE DEJA AL MINISTERIO CON 11.000 MILLONES

■ Isabel Fernández

El Gobierno prevé recortar el presupuesto del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) en un 13%, según recoge el proyecto de Presupuestos Generales del Estado (PGE) para el próximo año. Este 'tijeretazo' ha sido bien recibido por la titular del ramo, Elena Espinosa, que llegó a firmar que "es normal que rebajen en un Ministerio tan inversor".

Menos conformista es la posición de las organizaciones agrarias de la provincia, que consideran casi un despropósito la actitud del Ejecutivo. De este modo, Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, afirmó entender que el Gobierno "lleve a cabo una política de recortes presupuestarios motivados por la situación de crisis económica actual". Sin embargo, consideró que es un error "dinamitar, en el contexto actual, la posibilidad de desarrollo económico del tejido productivo". Por último, el secreta-



■ Espinosa considera "normal" la reducción. / FHALMERÍA

rio provincial de COAG-Almería insistió en que "el primario es, precisamente, el sector que podría sacar de la crisis al conjunto del Estado" y, por ello, "no tiene ninguna lógica que hayan disminuido tanto su presupuesto, puesto que va a provocar una disminución del tejido productivo agrícola español".

En este mismo sentido se pronunciaron desde ASAJA en la provincia y recordaron que "son ya dos ejercicios de recortes -un 40% entre estos dos últimos años- y se habla para este ejercicio de

un recorte cercano al 30%, del que la partida destinada al agua y al regadío es la más afectada, puesto que contará con un 63'4% menos de presupuesto, es decir, 66'5 millones de euros".

EL REPARTO

Según indicaron desde el MARM, de los más de 11.000 millones de euros de presupuesto, el 59'9% corresponderán a agricultura, ganadería y alimentación; el 17'5% se destinará a desarrollo del medio rural, biodiversidad y políti-

ca forestal; el 16'2% para políticas del agua; el 2'4% para la sostenibilidad del mar; el 2'3% para el cambio climático y la calidad ambiental; y el 1'7% restante se destinará a otros asuntos vinculados con este Ministerio.

Teniendo esto en cuenta, Andrés Góngora lamentó que, de este modo, "se verán reducidas las líneas de ayudas estructurales, como las que contemplan arreglos en caminos rurales, además de, después del empeño que decían ponerle, las de mejora de estructuras agrarias". Asimismo, apuntó que no tiene mucho sentido que, dada la productividad de los sectores agrícola y ganadero, "se les dé de lado de esta manera".

Por último, desde el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino insistieron en que estos presupuestos se centran en la austeridad presupuestaria, la reducción de gastos de funcionamiento, la priorización de las inversiones productivas y de las reformas estructurales, el aprovechamiento de los fondos comunitarios, el apoyo a los sectores productivos, la cohesión social y del territorio, la lucha contra el cambio climático, el impulso al cambio de modelo productivo y, finalmente, a favorecer la recuperación económica en 2011.

EN BREVE

Póliza del olivar, hasta diciembre



Los oliveros podrán contratar el seguro de rendimientos de su cultivo para esta campaña hasta el próximo 15 de diciembre, según recoge la Orden publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE) que define, además, las producciones y rendimientos asegurables.

Cuatro proyectos de desarrollo rural

El Consejo de Gobierno de la Junta autorizó recientemente asignar a la Empresa Pública Desarrollo Agrario y Pesquero de Andalucía (DAP) los 23'5 millones de euros recibidos de la Administración central, en concepto de anticipo, con destino a la gestión del Programa Piloto de Desarrollo Rural Sostenible. En Almería, se pondrán en marcha cuatro proyectos en las comarcas de Los Vélez, Los Filabres, Alpujarra y Levante.

HASTA EL 30 DE OCTUBRE

Agricultores ultiman la contratación del seguro de tomate de invierno

■ I. F. G.

Los agricultores de la provincia están terminando de hacer sus cálculos para ver si se pueden 'permitir' o no la contratación de la línea 52, de tomate de invierno, de cara a la actual campaña agrícola. Y es que, según explicó Adoración Blanque, secretaria general de ASAJA-Almería, "asegurar una hectárea de tomate de invierno puede presentar un coste que oscilará entre los 700 y los 1.600 euros". Esto dependerá de la opción de aseguramiento contratada. "En la línea 52 existen cuatro posibilidades distintas de contratación, unas más bási-



■ La póliza incluye el rajado del fruto. / FHALMERÍA

cas y otras más completas". Así, Blanque explicó que "el agricultor puede decidir si le incluye o no los gastos de salvamento o la cobertura de enfermedades, entre otras cosas".

Con respecto al grado de aseguramiento, Antonio Moreno, secretario de Organización de COAG-Almería, lamentó que "los agricultores siguen sin decidirse" y matizó que esto es así porque "la mayoría de ellos considera que no existe todavía una buena relación entre el precio y las coberturas". En este sentido, ya para esta campaña 2010/2011, la línea 52, de tomate de invierno, incluye la posibilidad de contratarse al margen de las organizaciones de productores. Asimismo, la póliza ha ampliado sus coberturas para, entre otras cosas, incluir el rajado del fruto, un daño que se vio mucho la campaña pasada a causa de las lluvias.

Cambios en el transporte en 2011



El Boletín Oficial del Estado (BOE) ha publicado una Orden que modifica los criterios técnicos que deben cumplir los vehículos especiales para el transporte terrestre de productos alimentarios a temperaturas reguladas y los procedimientos para su control.

Marketing

FLAVIO ALZUETA, EXPERTO EN MARKETING AGROALIMENTARIO

“Lo primero que deberíamos hacer es preguntar al consumidor qué quiere”

EL OBJETIVO DE ESTE TIPO DE MARKETING NO ES OTRO QUE DAR AL MERCADO LO QUE EXIGE Y, PARA ELLO, HAY QUE CONOCERLO MUY BIEN

■ Isabel Fernández

“Lo primero que deberíamos hacer es preguntar al consumidor qué es lo que prefiere, cuáles son las características que busca en un producto determinado, cuál es el rango de precios que está dispuesto a pagar o cómo percibe nuestro producto y el de la competencia. Una vez tengamos estas respuestas, podemos empezar a trabajar”. Así de claro lo tiene Flavio Alzueta, presidente del Club de Marketing Almería y experto en Marketing Agroalimentario.

A su juicio, “cuando hablamos de agromarketing estamos hablando del proceso que lleva a los productos desde la explotación agraria hasta el consumidor”, sin embargo, con el paso de los años, se ha dado una vuelta de tuerca



■ Las empresas ya comienzan a apostar por el marketing, pero falta “profesionalización”. / FHALMERÍA

más a este concepto y “hemos aprendido que este proceso no empieza en la puerta de la explotación agraria, sino mucho antes, y siempre con el objetivo final de darle al mercado lo que exige”. Por ello, es fundamental cono-

cer lo que quiere el consumidor, aunque hay tres pilares sobre los que debe sustentarse todo este proceso.

En este sentido, Alzueta habla, en primer lugar, de calidad, no ya sólo del producto, sino también

de los servicios. Asimismo, la empresa debe trabajar en “costes competitivos, en comparación con nuestro sector”. Por último, Alzueta aboga por el ‘branding’, es decir, “por la creación y la gestión de marca”. Junto a todo esto, este

experto en Marketing Agroalimentario está convencido de que hay dos aspectos en los que las empresas del sector deben invertir sin discusión. “Deberíamos invertir más en marketing e innovación. Esto no es sólo para Microsoft o Porsche”.

A su juicio, “trabajamos con productos con escasa diferenciación”, aunque “es posible lograr un valor añadido por el cual obtener un precio diferencial, ¿o acaso el agua no es un commodity por definición?”. Según explica, “las empresas han logrado darle un valor añadido: agua con vitaminas, con cafeína, con envases que caben perfectamente en la nevera...”. Esto mismo podría ser aplicable al sector de la agricultura, sin embargo, sigue faltando algo fundamental, “profesionalización”.

Para Alzueta son muchas las personas que consideran que, prácticamente, cualquiera puede hacer marketing. De hecho, consideran que “el marketing sólo requiere sentido común y trabajo duro”. Para este experto, sin embargo, la cosa va muchos más allá y “un buen directivo de marketing mira a sus clientes para averiguar si ésta o aquella idea funcionará o no”. Así pues, el marketing sigue siendo a día de hoy un filón por explotar en el sector agroalimentario y que ayudará a conseguir valor añadido.

EXHIBICIÓN EN SALAS

‘Mañana, todos necesitaremos la agricultura’, ya en cines

■ I. F. G.

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) exhibió el pasado 1 de octubre en 1.308 salas de cine de toda la geografía española el spot ‘Mañana, todos necesitaremos la agricultura’. Este anuncio, de 45 segundos de duración, forma parte de la campaña de publicidad institucional Campaña de Información sobre el Modelo Europeo de Producción, cuyo lema es ‘La agricultura y la ganadería alimentan tu futuro’, que el MARM pondrá en marcha en los próximos meses.

Esta campaña, según indicaron desde la Administración central, tiene como objetivo



■ El spot. / FHALMERÍA

“informar a la población de que los alimentos que cumplen los cánones del modelo europeo de producción son sanos, respetuosos con el medio am-

biente y con el bienestar animal” y, además, “suponen un importante compromiso social”.

Tras su ‘estreno’ en gran número de salas de cine nacionales, este spot podrá visualizarse en la web del Ministerio (www.marm.es), destacado en el apartado dedicado a campañas, así como en el espacio web creado para la difusión de unos hábitos de alimentación saludables (www.alimentacion.es). Con esta iniciativa, en la que, además del MARM, participan las organizaciones agrarias ASAJA, COAG y UPA, se pretende llegar a una audiencia de 887.000 espectadores, con un nivel aproximado de 950.000 impactos.

DIFUSIÓN

Las frutas y hortalizas del país se promocionaron en la llamada ‘Red de Mercas’

■ I. F. G.

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) desarrolló entre el 1 y el 15 de octubre pasados una campaña de promoción del consumo de frutas y hortalizas a través de la ‘Red de Mercas’, pertenecientes a la entidad Mercados Centrales de Abastecimientos S.A. (MERCASA).

Según indicaron desde el MARM, durante los días que duró esta acción promocional, se instaló un circuito de vallas en los accesos a los Mercas de las principales ciudades españolas, como Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao o Sevilla, donde, cada día, desarrollan su actividad más de 3.500 empresas y ge-

neran una afluencia de 90.000 usuarios. Del mismo modo, se procedió a la colocación de un circuito de banderolas en los principales viales de circulación de los 23 Mercas existentes en todo el país.

Desde el MARM afirmaron que la ‘Red de Mercas’ era un marco ideal para el desarrollo de esta acción, entre otras cosas, porque “constituye un lugar adecuado para impactar y comunicar con los profesionales mayoristas de frutas y hortalizas”.

Esta campaña es continuación de la Campaña Institucional ‘Fruta todo el año’, desarrollada a lo largo de 2009 por el MARM, en colaboración con la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN).

Medio ambiente

PARA EVITAR EL DESPOBLAMIENTO

Seis municipios del interior mejorarán sus regadíos para hacerlos aún más eficientes

EL PFEA DESTINA PARTE DE SU PRESUPUESTO A LA MODERNIZACIÓN DE LAS REDES DE RIEGO PARA OTORGAR VALOR AÑADIDO A LOS CULTIVOS

Isabel Fernández

La Comisión Provincial de Seguimiento del Programa de Fomento de Empleo Agrario (PFEA) destinará más de 745.000 euros a la generación de empleo en diversas zonas de la provincia a través de la realización de obras de mejoras en infraestructuras de interés social. Entre esas intervenciones destacan las obras de modernización de redes de regadío que afectarán, en total, a seis municipios del interior de la provincia.

En sentido, según indicaron desde la Subdelegación del Gobierno en Almería, “la Comisión ha

aprobado varias propuestas de modernización de redes de regadío, continuando así con las aportaciones a los proyectos destinados a ahorrar agua mediante sistemas más eficientes y modernos de riego, con la posibilidad de incrementar el valor añadido de las superficies cultivables del interior, que constituyen uno de los elementos generadores de riqueza de los municipios”. De este modo, este año se van a mejorar los regadíos en Ablá, Albox, Íllar, Lucainena de las Torres, Padules y Rágol.

OTRAS INTERVENCIONES

Los más de 745.000 euros que la Comisión ha designado al PFEA se han repartido, según apuntaron desde la Subdelegación, “de acuerdo con el número de subsidiados agrícolas de cada localidad, con el objeto de conseguir

que alcancen el mínimo de jornadas necesarias para tener derecho al subsidio agrario, consiguiéndose, de esta forma, que la población de estos pueblos no se tenga que desplazar de los mismos, lo que provocaría su despoblación”.

Para ello, junto a las obras de modernización de regadíos, los fondos del PFEA también se emplearán en la puesta en marcha de proyectos relacionados con el desarrollo del turismo rural. En este caso, los municipios beneficiados serán Bayarque, Los Gallardos, Somontín, Urrácal, Lubrín, Terque y Santa Fe de Mondújar. Por último, una partida presupuestaria superior a los 320.000 euros irá dirigida a la realización de diversas obras de interés social.

Con esta asignación, la Comisión pone fin al reparto de crédito en Almería, que en este año ha sumado más de 8'4 millones.



■ Ablá o Albox están entre los municipios beneficiados. / FHALMERÍA

OBJETIVOS DE FUTURO

El campo y la ciudad, por la sostenibilidad ambiental

I. F. G.

La ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Elena Espinosa, reclamó recientemente, en el Congreso Europeo de Agricultura de Conservación, construir una nueva relación entre el campo y la ciudad para, de este modo, prestigiar la profesión de la agricultura y la provisión de bienes económicos y ambientales o el ahorro y la eficiencia energética, la eficacia en el uso del agua o la conservación de suelos. Para Espinosa, a la agricultura se le piden, al menos, cuatro cosas: que produzca más alimentos, que dé respuesta a la demanda social, que sea un elemento sustancial de la construcción del territorio y, por último, que sea sostenible.

ITINERARIO

Un autobús promocionó la marca 'Parque Natural' en la provincia

I. F. G.

Un autobús recorrió la provincia durante tres días para promocionar la marca 'Parque Natural' de la Consejería de Medio Ambiente de la Junta. De este modo, entre el 6 al 8 de octubre, este autobús visitó Almería, Rodalquilar y el parque natural Sierra María-Los Vélez para dar a conocer entre los almerienses este sello de calidad, con el que ya cuentan 17 empresas de la provincia, ubicadas en los parques naturales de Cabo de Gata, Sierra María-Los Vélez y Sierra Nevada. Estas empresas provinciales comercializan, en total, 148 productos y servicios turísticos.

Según apuntaron desde la Administración autonómica, estas firmas han pasado a integrar una iniciativa con la que la Junta apuesta por el desarrollo económico y por la calidad de los pro-



■ El autobús recorrió Almería entre el 6 y el 8 de octubre. / FHALMERÍA

ductos y servicios que se generan en los parques naturales almerienses y andaluces. De este modo, la marca 'Parque Natural' se ha convertido, según la Junta, “en un distintivo de excelencia empresarial asociado a los va-

lores medioambientales, que está mejorando la puesta en valor de los recursos endógenos, fomentando iniciativas empresariales y mejorando la comercialización”. Los sectores que reciben este sello de calidad en los par-

ques almerienses son los de productos naturales y turismo de naturaleza.

PRODUCTOS

De las 17 empresas almerienses que ostentan este sello, 15 de ellas ofrecen servicios turísticos de naturaleza, en total, 132 servicios de estas características. Las dos empresas restantes pertenecen al sector agroalimentario y comercializan 16 productos, vinos y jamón, fundamentalmente.

La concesión de la marca 'Parque Natural' se inició en enero del año 2000 por parte del Gobierno autonómico. Algo más de un año después, la marca se reguló mediante una orden de la Consejería de Medio Ambiente. Según esta normativa, las empresas que desean obtener este distintivo de calidad para sus productos y servicios han de lograr, en primer lugar, una certificación de calidad emitida por la entidad acreditada por la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) y, en segundo lugar, deben solicitarlo a la Junta de Andalucía.

Agenda



Gastrotur fomenta en Granada la gastronomía a nivel autonómico, nacional e internacionales

Gastrotur, la I Feria de Gastronomía y Turismo Gastronómico, se celebra desde el 17 hasta el 20 de noviembre en la localidad granadina de Armilla. El objetivo de este evento es dar a conocer la gastronomía a nivel autonómico, nacional e internacional y profesional dedicada a las tendencias gastronómicas, alimentación, equipamiento y encuentros profesionales (los productos de alimentación, bebidas de calidad y la elaboración de ellos). Con todo esto, se pretende que sea la gran cita del sector agroalimentario y turismo a nivel nacional e internacional.

Actualmente, hay grandes eventos en nuestro país relacionados con la hostelería y la alimentación, pero no existe ninguno que englobe todo lo que el profesional necesita y, es más, en Andalucía, a día de hoy, no concurre ninguno de importancia. Por eso se echa en falta un salón donde tengan cabida, tanto los expositores de todos los ámbitos de la alimentación, como los encuentros profesionales. A este aspecto hay que unir el carácter popular de una feria de turismo gastronómico, donde poder mostrar la calidad y variedad de la oferta culinaria que España posee.



Fruit Attractión regresa con el fin de incrementar el número de empresas participantes

Del 20 al 22 de octubre se celebra en Madrid Fruit attractión 2010. El sector seguirá siendo coorganizador, centrándose en las verdaderas necesidades del sector productor y comercializador de frutas y hortalizas e IFEMA seguirá aportando los valores que le han permitido ser uno de los principales organizadores feriales de Europa.

En cuanto al planteamiento comercial, Fruit attractión 2010 tendrá como objetivos principales conseguir la participación de empresas establecidas en zonas geográficas que este año no han tenido presencia relevante en la feria,

así como explotar la orientación internacional. Se pretende también incrementar el número de empresas de proveedores de la producción y servicios que en la edición anterior ocuparon el pabellón 1.

El concepto ferial será el mismo: la feria como mercado de negocios abierto, con stands modulares, ya que ha sido uno de los aspectos más valorados por expositores y visitantes. El formato modular busca la máxima rentabilidad para el expositor en un momento de fuerte recesión económica y permite ahorrar un alto porcentaje del coste de un stand con diseño libre.

■ FORO

Asturias será el punto de encuentro del VII Curso de Micología 2010

Del martes 2 al sábado 6 de noviembre, Oviedo acoge el VII Curso de Micología 2010. En esta ocasión, el programa de este evento cuenta con el desarrollo de temas como introducción, historia, botánica y caracteres generales de los hongos. Asimismo, desde la organización se ha

informado que se intentará lograr el manejo de claves como la ecología, taxonomía e identificación de especies, setas comestibles, setas venenosas e intoxicaciones, cultivos de setas, conservas de setas, e inspección veterinaria de las setas, entre otros temas importantes.

■ FORO

SIAL regresa como gran centro de negocios

Del 17 al 21 de octubre, París acoge una nueva edición de SIAL, un mercado global para todos los involucrados en la industria alimentaria (al por menor, el comercio, la manufactura, la restauración, profesiones, servicios). Además, SIAL es un encuentro donde los negocios y la



innovación son los principales temas a tratar y desarrollar. La feria se celebra cada dos años y en esta ocasión esperan superar el número de visitantes y expositores que recibieron en la última edición llevada a cabo en el año 2008.

■ FERIA

Sevilla acoge la Feria de la Gastronomía

Del 9 al 12 de diciembre se celebra en Sevilla la Feria de la Gastronomía de la provincia. En este sentido, el sabor de la provincia seduce a sus visitantes por unos días mostrando la riqueza de los productos de la zona y el buen uso que manos expertas hacen de ellos en los fogones sevillanos. Con todo ello, el aceite de

oliva, las setas, la caza y la pesca, los quesos, el ibérico (jamones y embutidos), el arroz, los productos de la huerta, los frutales, los vinos o la rica repostería, se mostrarán a los amantes de la buena mesa a través de recetas cotidianas y por medio de la nueva cocina, más viva e innovadora que nunca.

■ FERIA

BioCórdoba prepara en su próxima edición varias jornadas divulgativas



BioCórdoba se celebrará del 18 al 20 de noviembre de 2010. Durante este año se celebrarán jornadas divulgativas y de investigación para los profesionales del sector de la agricultura, la ganadería y la alimentación ecológica.

BioCórdoba adquiere carácter bienal desde el sentido de la responsabilidad, dado que se trata de un evento con miras internacionales que considera que la calidad en todas las actividades de la feria es la mejor forma de consolidarla en Europa.

■ SEMINARIO

Almería acoge por primera vez el IV Congreso de Prevención de Riesgos Laborales en Agricultura

Almería acogerá durante los días 17, 18 y 19 del próximo mes de noviembre el IV Congreso Nacional de Prevención de Riesgos Laborales en el sector agroalimentario, organizado por el Consejo General de Colegios Oficiales de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Es-



paña (CGCOITAE) a través de la Fundación IDEA/ Ángel García-Fogeda Prado y en colaboración con el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Almería. Se trata de la primera vez que la provincia almeriense acoge un congreso de este tipo.



**Ven
y conoce
lo último
del sector
¡Pónte al día!**



20-22
OCTUBRE
2010
Madrid - España



II Congreso gastronómico de frutas y hortalizas para el Canal Horeca
Del 20 al 22 de octubre · Pabellón 10 · Feria de Madrid

Un escaparate único, un espacio de divulgación y una gran plataforma de promoción de los mejores productos de la huerta en el que disfrutarás de:

- Demostraciones de cocina de la mano de reconocidos cocineros nacionales e internacionales.
- Un espacio dedicado a la coctelería.
- Degustaciones de productos.
- Debates y talleres protagonizados por profesionales del sector.
- Numerosas actividades.

I Concurso Nacional de Talla de Fruta
22 octubre · Pabellón 10 · Feria de Madrid

JORNADAS TÉCNICAS

Del 20 al 22 de octubre · Sala Retiro · Pabellón 10 · Feria de Madrid

20 octubre

La regulación y organización del sector de frutas y hortalizas en Estados Unidos, incluidas sus relaciones con la gran distribución.

21 octubre

Modernización de invernaderos y mejora de la eficiencia energética.

22 octubre

Aportación de los centros tecnológicos para acelerar el proceso de innovación en las explotaciones.

GRAPE ATTRACTION

World of Seedless / Congreso Internacional de Uva de mesa sin semilla

I Congreso Internacional de uva de mesa sin semilla

21 y 22 de octubre · Sala Colón · Centro de Convenciones Norte · Feria de Madrid

Organiza: FEPEX, APOEXPA
www.grapeattraction.com

Consulte el avance de expositores en: www.fruitattraction.ifema.es

LÍNEA IFEMA

LLAMADAS DESDE ESPAÑA
INFOIFEMA 902 22 15 15
EXPOSITORES 902 22 16 16

fruitattraction@ifema.es

REGÍSTRESE O COMPRA SU ENTRADA EN:
www.fruitattraction.ifema.es