

DATOS ECONÓMICOS

El 'gigante de los pies de barro' salva a Almería en plena crisis

La economía provincial sigue a flote gracias a la intensa actividad hortícola, único sector que sobrevive a pesar de las vicisitudes Pág. 3



■ La agricultura, que busca una imagen renovada, sigue generando negocio y puestos de trabajo.

ESPECIAL Melón y Sandía

Páginas 17 a 32

ENTREVISTA

FULGENCIO TORRES
Presidente de HORTYFRUTA

“Que las alhóndigas se integren en la Interprofesional beneficia a todos”

Página 8



ACTUALIDAD

HORTYFRUTA reconoce limitaciones para actuar en la caída de precios Página 4

Aguilar llega al ministerio defendiendo el acuerdo entre la UE y Marruecos P. 6

IV Y V GAMA

Tiras de pimiento y dados de calabacín de Primaflor, en el mercado en 2011

Página 40

frupica

El Antibotritis específico para tomate

Frupica es un fungicida a base de Mepanipirim que “seca” rápidamente la Botritis y es respetuoso con los insectos auxiliares en cultivo de tomate.

Nesidiocoris tenuis

SIPCAM INAGRA

WWW.LOVEMYSALAD.COM

‘Amantes’ de las ensaladas difunden el consumo de las hortalizas en la red

Consumidores, distribuidores, restauradores y productores en general intercambian recetas de ensaladas en una página creada en Internet para potenciar el

consumo de hortalizas y vegetales. Sus creadores buscan constituir una comunidad de fans de las ensaladas contra la obesidad. Página 43



Fruit Attraction en fotos

Páginas 11 a 16

Opinión

TRIBUNA

HORTYFRUTA corrige, asume su escasa representatividad y pone una campaña de imagen para poder calar en el sector

Reconocer las cosas, aunque sea tarde, es un gesto de inteligencia por parte de quien lo hace. Eso, al parecer, es lo que está haciendo ahora la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía, HORTYFRUTA.

Hace algo más de dos años, una encuesta realizada a casi mil agricultores desvelaba el poco conocimiento que tenía el sector agrícola almeriense de la Interprofesional, incluso muy a pesar de ser considerada la organización llamada a poner orden en el sector de las frutas y hortalizas de Andalucía dominado mayoritariamente por Almería.

En aquel momento, una encuesta interna de la propia organización venía a arrojar datos similares que ponían su credibilidad al borde de la nada. Es ahora cuando Hortyfruta decide hacer una campaña publicitaria en vallas para darse a conocer y que los agricultores, los beneficiarios finales de su trabajo, consideren que esta organización les puede ayudar.

Ahora bien, después de esta iniciativa cabe preguntarse: ¿Con todos los errores van a hacer lo mismo? Si es así debería apartar a quien ocupa un papel dominante, un control encubierto, un director de hilos que siempre aparece detrás de todo y por ello la organización no funciona como debe. Me refiero al de siempre que todos ustedes conocen y cuyo nombre me niego a citar porque además no voy a darle publicidad. Espero que como ha sucedido con la campaña de imagen pue-

ta en marcha, alguna cabeza pensante y que quiera arreglar las cosas en el sector almeriense proponga un ambiente más democrático en el seno de la Interprofesional.

Hago mención a la falta de democracia cuando se hacen asociaciones a la ligera sin la debida publicidad y la necesaria representación, con el único objetivo de controlar la Interprofesional. La muestra más evidente del manipuleo al que hago referencia es que prácticamente nadie de los supuestamente beneficiarios se interesa por la actividad de la mencionada organización. Eso sí, algunos tienen muy claro que "en Hortyfruta hay que es-

tar" y los mismos que afirman eso reconocen que no tiene operatividad alguna, entre otras cosas porque está sometida al manoseo constante del de siempre.

Reconocer los errores te lleva a poder mejorar, esconderlos sólo a ser víctima de ti mismo. Eso es lo que en cierto modo pasa en el seno de Hortyfruta porque ¿dónde está la Lola? ¿Es Lola o es L&P? o simplemente no es nada. En la pasada edición de Fruit Attraction alguien preguntó por ella, su creador estaba escondido, desaparecido, nadie ha respondido y nadie ha dado explicaciones.

Mientras Hortyfruta no se presente

■ José Antonio Gutiérrez



... CORREGIR ES DE SABIOS, OCULTAR LOS ERRORES SOLO LLEVA A INCREMENTAR LOS PROBLEMAS. HORTYFRUTA ESTÁ CORRIENDO ERRORES DEL PASADO.

con transparencia, claridad contrastable, reconozca sus errores, deje de ser un coto privado de amigos, amiguetes y "colócame a la niña que sabe mucho...", etc., no tendremos una Interprofesional correcta y que se pueda usar. El de siempre no le va a decir a los alhondiguistas lo que tienen que hacer ni cómo, máxime cuando Ecohal está creciendo mucho, más de lo previsto y cuya representatividad es un hecho contrastado.

Luego uno se entera de cosas lamentables. El de siempre se considera en posesión de la verdad porque a la pregunta de ¿qué pasa con la Lola? Contesta: ¿Tu con quién vas, con los buenos o con los malos?.



■ Campaña de publicidad con la que HORTYFRUTA intenta ser popular entre los agricultores. / FHALMERÍA

DATOS AÚN BAJOS

■ E. S. G.

La provincia de Almería ha cerrado el mes de noviembre con casi un 8 por ciento de agua embalsada tanto en sus pantanos como embalses, en concreto un 7,79 por ciento. Según los últimos datos ofrecidos por el Ministerio de Medio Ambiente, Almería cuenta, a fecha de 30 de noviembre, con 18 hectómetros cúbicos, la mayor par-

Almería cierra noviembre con un 8 por ciento de agua embalsada

te recogidos gracias a las lluvias caídas en el territorio almeriense en los últimos días. Los principales pantanos de la provincia, Benínar y Cuevas de Almanzora, es-

tán actualmente con 12 y 6 hectómetros cúbicos, respectivamente, un dato bastante bajo, puesto que la capacidad de uno y de otro es de 63 hm³, el de Benínar, y 168 hm³,

el del Almanzora. Sin embargo, a pesar de que las cifras son algo escasas, la evolución de todo el mes de noviembre ha sido positiva. Por su parte, la Balsa del Sapo, situa-

da en el término municipal de El Ejido, muestra una situación bien distinta, puesto que su capacidad está al máximo, es más, según datos ofrecidos, en el último año, la Balsa del Sapo ha aumentado su nivel un metro ochenta en el último año. Realmente, la situación de esta balsa preocupa, ya que las lluvias que se esperan para este invierno podrían empeorar la situación de la zona.

Edita: CIA, S.L.

Coordinación general: Verónica Bono Casas.

Departamento Comercial y Publicidad: Noelia Blanco Alchapar

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

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

Imprime: Corporación Gráfica Penibética

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

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

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

redactor2@fhalmeria.com - redactor3@fhalmeria.com

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

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

Actualidad

INFORME HORTOFRUTÍCOLA DE CAJAMAR

El 'gigante de los pies de barro' sostiene la economía provincial en plena crisis

EL NEGOCIO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS MANTIENE SU CONTROL SOBRE EL EMPLEO A DIFERENCIA DE OTROS SECTORES ECONÓMICOS

■ José Esteban Ruiz

En tiempos difíciles Almería siempre tiene escondido un 'As' en la manga. La fortaleza de su agricultura, especialmente en el cultivo de frutas y hortalizas bajo plástico, está sosteniendo la economía provincial en el periodo de crisis. Los resultados de la última campaña hortofrutícola ponen de manifiesto la importancia del papel que juega este sector y se ve reflejado en el empleo que genera. En los dos últimos años, la afiliación a la seguridad social en el mercado laboral del sector agrario provincial apenas ha variado. En el tercer trimestre de 2008, había 38.630 afiliados, mientras en el mismo periodo de 2010, la afiliación atendía a más de 39.400 personas. Tendencia al alza ésta que no se veía reflejada, por el contrario en la contratación registrada. Por tanto, y a diferencia de otros sectores, la agricultura mantiene el 'tipo' en una situación tan delicada. No obstante, su margen de



■ David Uclés, Antonio Pérez Lao, Miguel Rodríguez de la Rubia y Jerónimo Pérez Parra. /FHALMERÍA

mejora se ve obstaculizado por su dependencia climatológica. Un año como este, en el que los precios medios de los productos son considerados aceptables, difiere bastante del inicio de la anterior campaña, una de las peores que recuerda el sector. El clima, es un factor determinante en el rumbo de campaña, en una actividad tan importante para la provincia. Este debate manifiesta una falta de control de la actividad sobre su propio devenir, a pesar de la gigan-

tesca industria que representa. La falta de herramientas, por limitaciones normativas, pone en entredicho la solidez de este gigante.

INFORME

El sector hortofrutícola almeriense consiguió, una vez más, superarse en una campaña, la pasada, que se desarrolló de manera muy irregular. Uno de los datos que destaca el análisis que realiza Cajamar es el relativo a las exporta-

ciones registradas, que como indicó el jefe del Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar, David Uclés, en la presentación del documento, "se batió un récord" puesto que se vendieron en mercados exteriores el 60,8% de la producción. Sobre los destinos, se produjo un retroceso de la demanda alemana, pero un aumento de las ventas realizadas en territorio francés. En el informe se detalla el gasto que los agricultores asumieron en los cultivos. Así, los cos-

tes de producción aplicados a la actividad hortofrutícola habían descendido durante el pasado año agrícola en torno al 4%. No obstante, en el último tramo de la campaña y en el principio de la presente, el precio de los principales insumos había iniciado un repunte, desluciendo la tendencia que registró entre 2009 y 2010.

El desarrollo de la campaña estuvo marcado por la climatología. La inicial avalancha de productos en la primera parte de la misma en la que se registraron precios, por debajo de costes de producción en algunos casos, dio paso a una recuperación en la segunda parte. Entrado el presente año las cotizaciones marcaron al alza y aunque el volumen obtenido mer-mó, facilitó que en el balance final el valor de las frutas y hortalizas aumentara un 2,3%, a pesar de la reducción del volumen fijada por la Fundación Cajamar en un 3,47%. No obstante, en el informe se hace alusión a los problemas que se están manifestando en el campo en los últimos años, y por tanto, que inciden en el resultado final campaña tras campaña. Así, la creciente competencia, uno de los síntomas que genera más dudas, se está manifestando como la mayor amenaza para el sector.

TUTA absoluta

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

¡SOLUCIÓN ABSOLUTA!



Defectos en la piel producidos por la Tuta.

Hasta...

...Hoy



TRICHO control



(Trichogramma achaeae)

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


Agrobío

INICIO CAMPAÑA

CASI triplica el precio de venta de sus tomates

■ E. Sánchez

CASI, según los datos facilitados por la comercializadora, ha triplicado el precio de venta del tomate de cara a este inicio de campaña agrícola. En los primeros días de noviembre en comparación con el año pasado, el precio medio de este producto ha rozado los 90 céntimos de euro el kilo, mientras que en la pasada campaña, por las mismas fechas, las cotizaciones del tomate no llegaban a superar los 30 céntimos el kilo.

El principal motivo de estos datos es la escasez de producción que se ha registrado en los meses de octubre y noviembre, puesto que, como explica el presidente de CASI, José María Andújar, "los agricultores han comenzado muy tarde a cultivar y el momento fuerte de la campaña todavía no ha llegado. Lo bueno es que nos está permitiendo registrar unos precios muy buenos y que años anteriores no hemos logrado alcanzar por diversos factores".

UE-MARRUECOS

El acuerdo podría entrar en vigor en enero 2011

■ J. E. R.

La información que baraja la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos apunta a que el acuerdo entre la Unión Europea y Marruecos, firmado por la Comisión Europea, podría ser efectivo a partir de enero de 2011, antes de que fuese ratificado en el Consejo y el Parlamento Europeo, donde se espera que esté a partir de mayo. Según Andrés Góngora, secretario provincial de COAG, Marruecos está presionando a la Unión Europea para que entre en vigor el nuevo documento cuanto antes. Por tanto, podría prevalecer el nuevo acuerdo, al menos, hasta que se de el visto bueno en las instituciones europeas que tienen la última palabra.

GESTIÓN DE CRISIS

Hortyfruta reconoce sus limitaciones para actuar en el descenso de precios

LA ORGANIZACIÓN PIDE EN FIRME QUE SE LE CAPACITE PARA ACTUAR DE MANERA EFECTIVA EN CASO DE UNA CAÍDA DE LAS COTIZACIONES

■ José Esteban Ruiz

Los precios en origen caen y la Interprofesional Andaluza de Frutas y Hortalizas de Andalucía, aunque se lo proponga, no puede hacer nada. No tiene capacidad legal para establecer criterios de actuación para gestionar una crisis de precios en origen que levante las cotizaciones. La única herramienta de la que disponen, pero limitada, como indican en la organización, es la Extensión de Norma de la Calidad, pero necesitan de la Administración para que se vigile su más estricto cumplimiento. En definitiva, ante los precios de algunos productos de cobertura en los que los agricultores no llegan a cubrir los costes de producción, HORTYFRUTA, únicamente puede hacer uso de las peticiones de ayuda a la Consejería de Agricultura y Pesca para que actúe, en la medida de lo posible, y posibilite que los agricultores que cultivan hortalizas bajo plástico puedan cobrar por sus



■ Miembros de la Interprofesional hortofrutícola. / FHALMERÍA

productos, al menos, un precio que cubra gastos y les permita seguir trabajando y viviendo de la actividad hortofrutícola.

En HORTYFRUTA reconocen que "no podemos actuar en beneficio del sector". Por este motivo, observando un progresivo descenso de los precios en hortalizas como la berenjena, solicitan a la Junta de Andalucía que "pongan en marcha medidas" que

mejoren la situación. En diferentes ocasiones la Interprofesional ha solicitado a la Administración regional que se le dote de herramientas "para poder trabajar de forma efectiva en estos momentos de crisis". No obstante, explican en HORTYFRUTA, "la excesiva burocratización de lo ha impedido hasta la fecha". Ante ello, la organización espera que "se agilicen los trámites ya que

son fundamentales para contribuir a mejorar el sector hortofrutícola andaluz".

Las organizaciones agrarias, recientemente, acogían con agrado la determinación del Consejo Económico y Social en un dictamen que recomendaba que se otorgara a las interprofesionales agroalimentarias más capacidad para intervenir en situaciones de desequilibrio de mercado. ASAJA, COAG y UPA, consideran necesario seguir las directrices marcadas por este consejo y legislar al respecto. Este asunto no es nuevo para ninguno, sin más, estas agrupaciones llevan años luchando para que estas organizaciones interprofesionales puedan solventar situaciones de crisis.

Por otra parte, La Interprofesional ha solicitado formalmente que se incrementen los controles en las comercializadoras hortofrutícolas de Almería para que se garantice el cumplimiento de la Extensión de Norma de la Calidad. La organización considera que los centros no están acatando la normativa y por ello, piden que la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía aumente la vigilancia, garantizando el trabajo realizado por los inspectores.

RECONOCIMIENTOS AL SECTOR

Expo Agro cierra noviembre con la entrega de los primeros Premios a la Agricultura

■ J. E. R.

Expo Agro brilló con luz propia en la entrega de los primeros 'Premios a la Agricultura' en una gala celebrada tras la presentación del Informe de la Campaña Hortofrutícola de Almería 2009-2010 de Cajamar. Con la presencia de un millar de personas vinculadas, de alguna u otra forma, al sector agrario provincial. Los galardonados fueron apareciendo en el escenario ofreciendo sus particulares agradecimientos al reconocimiento recibido. Así, y por este orden, subieron a recoger la estatuilla, Lucas Galera por 'Novedades Agrícolas'; José García, presidente de 'Asociación Grupo Fashion'; Raquel Pérez, colaboradora de la galardonada empresa de comu-



■ Premiados en los primeros Premios a la Agricultura. / FHALMERÍA

nicación 'Agronoticias'; Lorenzo Belmonte, presidente de Primaflor; Luis Andújar, agricultor ejemplo de innovación y Carmen María Jiménez que recogió el premio a la persona concedido a

Juan del Águila, fundador de Cajamar que no pudo asistir al acto.

El acto lo iniciaba el presidente del comité organizador de Expo Agro, Miguel López, agradeciendo la entrega y el esfuer-

zo de todos y cada uno de los representantes de organizaciones y asociaciones relacionadas con la actividad hortofrutícola, a empresas e instituciones que han colaborado y lo siguen haciendo en la organización de la presente edición de la feria que ha ofrecido un pequeño aperitivo del evento en este mes de noviembre, con la celebración de lo que se ha denominado 'Expo Agro Meeting Point', marco en el que además de los premios otorgados, se han celebrado jornadas técnicas y encuentros empresariales.

El broche final lo protagonizó Diego Martínez, presidente de la Cámara de Comercio, que en su intervención, además de felicitar a los premiados, elogió el espíritu del sector agrario.

“

Los mayores, tenéis mucha guerra que dar

Al final, todos tenemos la misma meta que alcanzar: una vida larga y saludable. El deporte es el mejor camino para conseguirlo. Deporte sin récords ni desafíos extremos. Caminar, nadar, recorrer paisajes nuevos, volver a coger la bici... deporte a la medida de cada uno para disfrutar de esos pequeños triunfos de la voluntad que te hacen sentir orgulloso de seguir siendo tú mismo.



DIPUTACIÓN DE ALMERÍA

* La Diputación Provincial realiza en los municipios de la provincia de menos de 20.000 habitantes una serie de Programas Sociales Deportivos: -Mujer y Deporte, -Mayores y Salud -Cooperación Deportiva Intermunicipal.

Almería crece con su gente

ROSA AGUILAR, MINISTRA DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Aguilar llega al Ministerio defendiendo el acuerdo entre la UE y Marruecos

ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES Y DE LA COMERCIALIZACIÓN HAN RECHAZADO SU POSTURA Y EXIGEN QUE NO APOYE SU RENOVACIÓN

■ José Esteban Ruiz

La llegada de Rosa Aguilar al Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino no ha estado exenta de polémica en el ámbito agrario. La ex consejera de Obras Públicas y Vivienda de la Junta de Andalucía había sido llamada por Zapatero para formar parte del Ejecutivo, lo que hizo al presidente de la Junta adelantarse a los acontecimientos al asegurar que la postura de Andalucía en referencia al Acuerdo de Asociación comercial entre la Unión Europea y Marruecos, se defendería ahora con más intensidad, puesto que Aguilar y la consejera de Agricultura y Pesca mantenían una buena relación". Pero lejos de posicionarse en contra del acuerdo, la ministra, en su primera comparecencia defendía las bases del documento, asegurando que "mantiene la misma columna vertebral que los anteriores" y "se puede considerar, en líneas generales, un buen acuerdo para los intereses nacionales".

Estas declaraciones que han sido defendidas en diferentes ocasiones, sólo han sido complementadas con la promesa de la ministra de velar por el cumplimiento del acuerdo, en caso de que Parlamento Europeo y Consejo lo prueban, para garantizar así que no se sobrepasen los volúmenes permitidos y los precios mínimos de entrada de productos,



■ Rosa Aguilar recibe la cartera ministerial de manos de Elena Espinosa. / FHALMERÍA

y en el caso de que se produjese una infracción, que se impongan las sanciones correspondientes.

Pero el sector, posicionado desde lejos en contra del documento que pretende renovar el acuerdo entre la Unión Europea y Marruecos, no está de acuerdo ni "con que sea un buen acuerdo" ni tampoco, que mantenga la misma línea mostrada en el vigente y anteriores, ya que consideran que "es perjudicial para los productores de frutas y hortalizas de todo el territorio comunitario".

Los productores y comercializadores de productos hortofrutícolas se han quejado en reiteradas ocasiones que se les utiliza como moneda de cambio sin tener en cuenta el daño que les genera. Por ello, exigen que se es-



■ Responsables agrarios en contra del acuerdo. / FHALMERÍA

ASAJA: "la UE debe rechazar el acuerdo porque el Reino alauita incumple las exigencias sociales"

La Asociación de Jóvenes Agricultores, después de los acontecimientos que se viven en el Sahara con el asalto a la ciudad de El Aaiún, considera que "no hay ninguna excusa para que Europa no rechace el acuerdo con Marruecos, ya que no cumplen las exigencias sociales". La organización recuerda que tal y como "la UE señala el respeto de los principios democráticos y de los derechos fundamenta-

les constituye uno de los elementos principales de los acuerdos de asociación, es más, existe una cláusula en el acuerdo que exige este respeto a los derechos humanos, por tanto no se entiende esta excepción que se mantiene con nuestro país vecino". Esta asociación expone que el Reino alauita es el "mayor beneficiario de los fondos europeos destinados a los países en la política de vecindad,

que tienen entre otros objetivos fomentar el desarrollo económico y social atendiendo a criterios asumidos en los derechos fundamentales. "Todo esto parece importar poco a nuestro propio Gobierno y a nuestros vecinos europeos, que cada día no se garanten los derechos laborales, que trabajen de sol a sol sin convenio laboral, todo ello a cambio de las frutas y hortalizas".

tablezcan mecanismo que controlen las producciones llegadas desde el Norte de África y no interfieren en el mercado llegando a provocar un desequilibrio del mismo hundiendo los precios en origen de las frutas y hortalizas que se cultivan en territorio comunitario. Asimismo, tanto organizaciones de agricultores como asociaciones que integran a las empresas de comercialización han solicitado que se establezcan criterios unitarios para todas las producciones, tanto las que llegan procedentes de países terceros como para las comunitarias, puesto que hasta la fecha, las exigencias de las importaciones no son las mismas.

El Partido Popular ha manifestado en bloque que rechazará el acuerdo en el Parlamento Europeo. José Cara, parlamentario andaluz por el PP de Almería, afirmó recientemente que "todos coincidimos en que la consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, debe aclarar la 'doble moral' que tiene el PSOE sobre el asunto ya que el Gobierno andaluz muestra una posición opuesta al Gobierno central, pero no accede a pedir explicaciones a la ministra". Por ello, añadió Cara, "vamos a solicitar la presencia de la consejera en la próxima Comisión de Agricultura para que aclare de una vez por todas si defiende realmente a los agricultores en este asunto que tan preocupados los tiene".

Desde ASAJA lamentan que no exista consenso en un asunto tan delicado para el futuro del cultivo de frutas y hortalizas. "Nosotros, los agricultores, estamos en contra del acuerdo y el Gobierno, oposición y demás partidos políticos también deberían estarlo si su función es velar por los intereses de sus ciudadanos". Al respecto, Vargas añade que "las dobles posturas lo único que hacen es perjudicarnos y alimentar el beneficio de la competencia". En ASAJA, al igual que en COAG y UPA mantienen que, además de que se vigile "escrupulosamente" el cumplimiento del acuerdo, el Gobierno "debe presionar a Europa para que se cumplan contingentes y calendarios estipulados". Asimismo, para Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería, "es importante que se establezca una igualdad en el cumplimiento de los requisitos medioambientales y de sanidad vegetal, así como aquellas condiciones sociales y laborales similares a las de las producciones europeas, y que se concedan medidas compensatorias a los productores por el impacto de la liberalización comercial total en productos como pimiento, melón, judía verde, sandía, naranjas o aceite de oliva".

En COAG consideran que "por ser un acuerdo continuista es por lo que estamos en contra porque perjudica, como se ha demostrado, el interés del sector hortofrutícola, por lo que hay que modificarlo", aseguró el secretario provincial Andrés Góngora. En este sentido, Góngora, comenta que "las organizaciones agrarias nacionales y europeas hemos demostrado el daño que genera en producciones comunitarias y hemos aportado soluciones".

El sector ha pedido apoyo a los grupos políticos para que, en Europa, trabajen con 'colegas' parlamentarios y logren un rechazo general del acuerdo.

EN CULTIVO DE TOMATE

Los resultados avalan el sistema de control de plagas de Koppert

EN LAS HECTÁREAS CONTROLADAS POR LOS PROFESIONALES DE LA MULTINACIONAL NO HAN APARECIDO PROBLEMAS EN LAS PLANTACIONES

J. E. R.

El trabajo realizado por el departamento de I+D de Koppert en el último año está dando sus frutos según los resultados que han recogido en las hectáreas de tomate que controlan los profesionales de la multinacional. De esta forma, Koppert ha demostrado su capacidad de superación ante los problemas que proliferan en el campo campaña tras campaña. "La instalación de un nuevo sistema para el control de Tuta y mosca blanca que ha originado no sólo un ahorro para el agricultor a la hora de la aplicación de productos fitosanitarios para el control de dichas plagas sino que la incidencia del virus de la cuchara ha sido prácticamente nula en comparación con el resto de los métodos empleados



■ Producto de Koppert utilizado para controlar las plagas.

en el campo en este 2010", certifican desde Koppert.

En esta campaña, se puede afirmar, "sin ningún tipo de temor", aseguran en la empresa, que "el sistema de Koppert es plenamente eficaz y que en sus casi trescientas hectáreas aproximadas no

ha habido prácticamente ningún conato de virus, y eso, en años como el que nos acontece, con incidencias elevadas y en algunos casos con fincas totalmente arrancadas, es todo una garantía de seguridad y tranquilidad para el agricultor".

MÉTODOS NATURALES

La superficie con lucha biológica certificada crece un 42% en el último año

J. E. R.

Almería es todo un ejemplo de implantación de control biológico. Todo el pimiento que se cultiva en la provincia se obtiene con métodos respetuosos con el medio ambiente en la lucha contra las plagas. En el último año, además de aumentar el número de hectáreas cultivadas con este sistema, también se ha incrementado la superficie certificada según las cifras aportadas por AENOR. Así, el Comité Técnico de Certificación de AENOR encargado de conceder los certificados a los productores de hortalizas corrobora este incremento al asegurar que este tipo de producción ha experimentado un impulso, ya que se ha pasado de 2.575 hectáreas certificadas en 2009 a 3.678 hectáreas en 2010.

Entre los cultivos que cuentan con más extensión certificada se encuentran el pimiento, con

1.225 hectáreas; la sandía, con 670; el melón, con 390; y el pepino, con 356 hectáreas, toda esta superficie bajo plástico.

AENOR certifica la producción obtenida utilizando el control biológico de plagas a través de la 'Marca N de Lucha Biológica contra Plagas', habiéndose desarrollado normas para tomate, pimiento, judía verde, calabacín, pepino, sandía, melón y berenjena.

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta se ha volcado con el cambio y ha facilitado ayudas públicas para impulsar la implantación generalizada de estos métodos naturales más respetuosos con el medio ambiente y que garantizan la seguridad alimentaria, tal y como demandan los principales mercados a los que se envían las frutas y hortalizas que se cultivan bajo el plástico de los invernaderos de la provincia de Almería.



Comprometidos con el Resultado

Koppert está comprometido con los agricultores desde hace más de 40 años. Nuestra capacidad de investigación e innovación siempre nos han permitido introducir las soluciones biológicas más eficaces, como el *Nesidiocoris tenuis* y *Amblyseius swirskii* en la protección de los cultivos, así como los abejorros Natupol en la polinización natural.

Los resultados nos han convertido en el primer proveedor fiable de productos de alta calidad y de servicios seguros y eficientes.

Tu satisfacción es nuestro compromiso.






www.koppert.es • Teléfono de Atención al Cliente: (+34) 902 489 900

“LA COMISIÓN DE AGRICULTURA DEBE VELAR POR LOS INTERESES DE LOS AGRICULTORES”

“Deslocalizar la producción es un tema que debe volver a ponerse sobre la mesa”

Isabel Fernández

-HORTYFRUTA afirmó al inicio de la campaña que había crecido la competencia de países como Israel o Marruecos. ¿Qué pueden hacer los productores andaluces para recuperar la cuota de mercado perdida?

-Desde Hortyfruta estamos haciendo estas observaciones para, posteriormente, comenzar a trabajar sobre ello. Estamos viendo que, por ejemplo, Marruecos está creciendo y todo apunta a que, en el futuro, no va a existir ningún cupo. Israel ya está introducida en los mercados y Turquía se está convirtiendo en un origen pujante para la Unión Europea. Nosotros queremos hacer un buen trabajo con los agricultores para que demos calidad, un buen servicio a nuestros clientes, a las plataformas y las cadenas de distribución, e intentar que la confianza la tengan en nuestros productos. Por otro lado, pedimos que se hagan los controles en las entradas y que se cumplan los convenios, independientemente de que luego se revisen o no. Hasta que estos convenios no se cumplan no conoceremos los comportamientos de los mercados.

-Ya que menciona esos acuerdos con terceros, la Comisión Europea (CE) ya dio el visto bueno a la revisión del acuerdo con Marruecos. ¿Qué le parece?

-La verdad es que esto no nos deja buen sabor de boca. Después de una campaña bastante agrídulce, cuando vemos esto, la verdad es que no te anima mucho. En cualquier caso, nosotros seguimos diciendo, y se lo estamos pidiendo a nuestra Consejería y al Ministerio, que lo tiene que trasladar a la Comisión de Agricultura, que se vigilen los acuerdos que hay. Nosotros entendemos su existencia, pero que se cumplan y, a partir de ahí, vemos si se puede o no ampliar el cupo.

-Continuamente se oye que la agricultura andaluza tiene que ser más competitiva. ¿Cómo se le pide esto a un agricultor que lleva años sufriendo una pérdida de renta?

-La verdad es que es una situación complicada y ésta es una pregunta que nos hacemos muchas veces. Todos sabemos que tenemos



que intentar ser más competitivos para, de alguna forma, hacer que nuestros clientes sigan confiando en nosotros. En estos momentos, la capacidad de inversión para poder mejorar las estructuras está muy limitada. Entendemos que la situación tiene que cambiar y que el consumo se tiene que reactivar. A partir de ahí, se está trabajando con la Consejería y con el Ministerio y ya se ha hablado de unas ayudas para la mejora de estructuras, en principio para el tomate, pero entendemos que deben dirigirse a todos los productos, para mejorar la calidad y la viabilidad de nuestras explotaciones. Ésta es la única forma que tenemos de seguir compitiendo con ellos. Nosotros vimos cómo a Holanda le pasó lo mismo cuando España entró como miembro de pleno derecho en la UE, pero estos agricultores incorporaron nuevas tecno-

FULGENCIO TORRES

PRESIDENTE DE LA INTERPROFESIONAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE ANDALUCÍA (HORTYFRUTA)

logías para ser más productivos y cuidaron mucho los canales de distribución que tenían. Esto es lo que tenemos que hacer nosotros, mejorar las explotaciones que tenemos para poder ofertar un producto de mayor calidad, producir más kilos por metro y, por tanto, obtener mayor rentabilidad por metro. Una vez conseguido esto, seguiremos manteniendo nuestros canales de distribución e intentaremos que los agricultores obtengan mayor rentabilidad.

-¿Y qué pasa con el precio del producto?

-Sabemos que el precio del producto final no va a aumentar mucho y los costes son cada vez mayores. Lo único que nos queda es obtener mayor producción por metro para, con los mismos costes, aproximadamente, tener algo más de beneficios y que los agricultores obtengan una mayor rentabilidad en su explotación.

-Mientras se logra esto, ¿considera necesaria una nueva legislación sobre márgenes comerciales que evite los abusos?

-Nuestra Consejería reconoce que esos márgenes son abusivos y, más que fomentar el consumo, lo lesiona. Por ello, desde HORTYFRUTA le hemos pedido que estudie esta situación, aunque somos conscientes de que esto requiere un cambio de legislación, no sólo ya a nivel nacional, sino europeo. Hay que cuidar a la gran distribución, pero la Comisión de Agricultura también debería velar por los intereses de unos ciudadanos, los agricultores, que queremos seguir trabajando y viviendo de nuestro trabajo. Entre todos tenemos que buscar una solución y las Administraciones tienen una corresponsabilidad con nosotros. Deslocalizar y dismantelar las producciones son cuestiones que yo creo que deben volver a ponerse sobre la mesa.

-¿Por qué?

-Yo me pregunto si a la Unión Europea le interesa, realmente, que todas las producciones vengan de terceros países, que no quede producción local... Esto ya no sólo debe interesarle a la Comisión de Agricultura, sino que, incluso, la gran distribución debe preocuparse de esto, bien sea por seguridad alimentaria o por temas como el abastecimiento.

“La unión con las alhóndigas beneficia a todo el campo”

Torres afirma que, a día de hoy, “tenemos contactos con la parte de las alhóndigas que no está en la Interprofesional”. A su juicio, “hay interés por ambas partes” y, por ello, esperan que las conversaciones “lleguen a buen puerto y se integren, porque esto es bueno para todo el campo”. Por otro lado, y con respecto a los limitados márgenes de maniobra de HORTYFRUTA, señala que “seguimos pensando y diciendo que los medios que tenemos son escasos y que necesitamos de unos



De cerca. / FHALMERÍA

mecanismos de mayor fuerza que nos permitan resolver problemas que parten de nosotros mismos, de los agricultores”.

EN BREVE

PEPINO SUBE

El pepino mantiene buenas cotizaciones en estos días y experimenta una subida de precios en comparación con el mes anterior. De hecho, el que mejor está en estos momentos es el pepino negro corto, que cotiza por encima del euro, mientras que el Almería está rondando los 50 céntimos. Por su parte, el francés está cerrando las pizarras a 0,60 el kilo.

TOMATE SUBE

Buenos momentos para el tomate, ya que la demanda está siendo continuada, lo que lleva a que los precios sean bastante aceptables. El mejor colocado es el rama, que cotiza sobre 1,30 euros el kilo, mientras que el tomate ensalada tiene una media de 80 céntimos. El maduro, por su parte, roza los 0,90 el kilo.



■ Tomates. / FHALMERIA

PIMIENTO SUBE

La hortaliza mejor situada en las pizarras es el pimiento. De hecho, el más destacado es el California rojo, que supera los 1,50 euros, seguido muy de cerca del amarillo y del verde. Los italianos están sobre 65 céntimos y los lamuyos superan el euro.

CALABACÍN SUBE

El calabacín también está respondiendo bien en el mercado. Las pocas cantidades y el tiempo están acompañando, por lo que la variedad convencional está cotizando a unos 90 céntimos de euro el kilo, mientras que el calabacín gordo cierra las pizarras a 0,87 euros el kilo.

BERENJENA BAJA

Los peores datos de las pizarras almerienses los está ofreciendo la berenjena, que no levanta cabeza a pesar de que ya ha entrado el frío en toda Europa. Así, la berenjena larga no supera los 50 céntimos el kilo, al igual que la rayada. Algo mejor está la berenjena redonda, que supera los 70 céntimos de euro el kilo.

BUEN MOMENTO

El pimiento lidera la clasificación de los precios de las pizarras

■ Elena Sánchez

El pimiento, en todas sus variedades, está siendo la hortaliza más destacada en estos momentos en las pizarras agrícolas de la provincia almeriense. En concreto, el California rojo es el tipo que destaca, “ya que cotiza en las úl-

timas semanas por encima de los 1,50 euros el kilo”, según informa el comercial de Ejidomar, Javier Casares. Al rojo le sigue el amarillo con un precio similar y por detrás de los dos está el verde, que roza los 80 céntimos de euro el kilo. Para Javier Casares, estos precios van a continuar así

durante “dos o tres semanas más, ya que Israel, nuestro principal competidor en estos momentos, aún no tiene suficiente género y apenas puede alcanzar la producción de Almería”. Es más, “nos encontramos en un gran momento, ya que los mercados sólo quieren nuestro producto”.



■ El pimiento California rojo supera los 1,50 euros el kilo. / FHALMERIA



SERVICIO, CONTINUIDAD,
RELACIÓN CALIDAD-PRECIO

pimiento



pepino



calabacín



melón



sandía



berenjena



tomate



ANECOOP

INNOVACIÓN

Plaform, primera nacional en adherirse al estándar internacional de tamaños CF



■ Caja de cartón ondulado CF1. / FHALMERÍA

■ R. V. A.

La marca de embalaje agrícola Plaform ha aprovechado su participación en la segunda edición de Fruit Attraction para presentar las ventajas de la implantación del Common Footprint (CF) en sus bandejas de cartón ondulado para frutas y hortalizas. Se trata, concretamente, de un sistema de estandarización de tamaños promovido en el ámbito de la Unión Europea por la Federación Europea de Fabricantes de Cartón Ondulado (FEFCO).

El nuevo sistema facilita, según han explicado desde Plaform, “los intercambios comerciales entre diversos productores de Europa y Estados Unidos”. Además, han asegurado que “gracias a esta homologación de medidas exteriores de base, orificios, pestañas y receptáculos de encaje, es posible paletizar y comercializar de manera conjunta cualquier tipo de frutas y hortalizas en bandejas apilables”.

Lo cierto es que Plaform es la primera marca que se ha adherido al estándar CF. Las ventajas de esta homologación de tamaños, según han explicado desde la empresa, es que “todas las cajas son compatibles entre sí, sea cual sea su fabricante y el producto que contengan, porque se armonizan las medidas

exteriores de base”. También, han asegurado, “se unifican los dispositivos de apilamiento y anclaje; se facilita la gestión de las máquinas de montaje; se optimiza el espacio en camiones y almacenes; se mejora la gestión de cargas mixtas en centros de distribución y puntos de venta; además de que se simplifica la manipulación y transporte en el circuito logístico”.

NORMAS PLAFORM

Por otra parte, cabe recordar que la empresa lanzó las Nuevas Normas Plaform en 2009, que responden, según explican, “a las demandas de las grandes cadenas de distribución”. Con ellas se elaboró un banco de planos que contienen diseños correspondientes a todos los modelos de cajas homologados en la Lista del Manual de Calidad.

El responsable del Comité Técnico Plaform, Juan Antonio Mendicote León, ha asegurado que “Plaform trabaja codo con codo con sus clientes para analizar el proceso de paletizado, transporte y llegada a destino de los productos hortofrutícolas”. Además ha añadido que “a partir de los resultados de estas investigaciones se elabora una propuesta de puntos de mejora para alcanzar el máximo aprovechamiento al envase”.

NOVEDADES

Syngenta presenta un nuevo modelo de gestión para una Agricultura Intensiva Sostenible

LA PRESENTACIÓN CORRIÓ A CARGO DE DAVID MURCIA EN EL MARCO DE LA SEGUNDA EDICIÓN DE LA FERIA FRUIT ATTRACTION

■ Rafa Villegas

El empeño por ayudar a que los agricultores logren una mayor rentabilidad y sostenibilidad con sus producciones ha llevado a Syngenta a crear un nuevo modelo de gestión para una agricultura más sostenible. Se trata, concretamente, de Syngenta Growing System, que en su primera fase va dirigido a productores de frutas y hortalizas. La presentación tuvo lugar en Madrid con motivo de la reciente celebración de la segunda edición de la feria Fruit Attraction.

Este nuevo modelo de Syngenta aporta valores tan importantes como competitividad, exclusividad, diferenciación e imagen, fundamentales para competir en un mercado donde se exige a los agricultores estándares de calidad cada vez más altos.

Desde Syngenta recuerdan que “el agricultor necesita herramientas que le permitan cumplir con las exigencias de los consumidores y para ello ofrecemos



■ Agricultores que ya aplican el nuevo modelo. / FHALMERÍA

soluciones y tecnologías adaptadas a cada zona y cultivo y que responden a estas nuevas demandas”. No en vano, como han asegurado, “Syngenta es la única compañía que cuenta con semillas que aseguran la máxima producción y calidad (Syngenta Seeds), las soluciones más eficaces en sanidad vegetal (Syngenta Agro) y fauna auxiliar adaptada a las condiciones locales para el control de plagas (Syngenta Bioline)”.

La calidad es, además de la productividad, esencial para los expertos de Syngenta. Es por

ello que desarrollan siempre nuevas variedades vegetales que mejoran el sabor, la textura, la apariencia y la conservación de las frutas y hortalizas.

El modelo de gestión Syngenta Growing System reúne, según han explicado desde la empresa, “todas esas herramientas a través de programas integrados de producción, que permiten desarrollar acciones flexibles para cada situación y que combinan la mejor elección de semillas con programas eficientes de protección de cultivos y el uso de fauna auxiliar”.

PROGRESO

Anecoop estima en un 10 por ciento el aumento de facturación este año

■ R. V. A.

La cooperativa de segundo grado Anecoop está consiguiendo sortear la crisis y según las propias estimaciones de la empresa este año acabará, en comparación con el anterior, con un incremento de su facturación que podría rondar “el 10 por ciento”. Y es que, lógicamente, la alimentación es una necesidad básica que hace que el sector agroalimentario note un poco menos los efectos de la actual coyuntura económica.

Bien es cierto, como explicaron desde Anecoop, que la crisis sí afectó, especialmente



■ Campo de experimentación.

en el pasado año, a los precios, aunque ya se han estabilizado.

Anecoop asocia a 83 cooperativas hortofrutícolas de toda España. El Grupo integra em-

presas cuya actividad comprende desde la investigación para la mejora varietal, hasta la entrega del producto en el punto de venta. Consta de una estructura comercial compuesta por ocho empresas internacionales y cuatro delegaciones nacionales; la mayor red de producción de España, estando presentes en 11 provincias; empresas de servicios de logística y transporte que facilitan la distribución eficaz de sus productos en Europa; dos campos de experimentación y desarrollo (Museros y Almería) y una empresa de elaboración de zumos naturales no concentrados y conservas hortofrutícolas. En la pasada campaña Anecoop alcanzó una facturación de 450 millones de euros y comercializó 672.000 toneladas de frutas, hortalizas frescas y vinos.

Fruit Attraction 2010

La segunda edición ha consolidado la feria en el calendario de eventos



fruit
attraction

COMPO EXPERT
Expertos en tecnologías aplicadas a la nutrición vegetal.



EXPERTS FOR GROWTH

NovaTec® Solub
Tecnología NET en fertirrigación.
Uso eficiente del nitrógeno.

- Mejor aprovechamiento del nitrógeno aportado.
- Óptimo rendimiento de los cultivos.
- Mejor calidad de las cosechas.
- Reduce el impacto medioambiental.



COMPO EXPERT
C/ Joan d'Àustria 39-47
08005 Barcelona
Tel: +34 93 224 72 22
Fax: +34 93 221 41 93
www.compo-expert.es

EL PRINCIPAL RETO PARA EL PRÓXIMO AÑO ES INCREMENTAR, AÚN MÁS, EL NÚMERO DE VISITANTES DE TERCEROS PAÍSES

Rafa Villegas

La segunda edición de Fruit Attraction ha sido la de la consolidación de esta feria. Todas las variables han mejorado. Así, por ejemplo, este año la visitaron 12.541 personas, un 48 por ciento más, el 85 por ciento nacionales y el 15 por ciento in-

ternacionales, procedentes de 72 países. Todo ello en un espacio de 11.658 metros cuadrados, un 57 por ciento más que en 2009, en el que se habilitaron para la ocasión un total de 452 expositores directos, un 28 por ciento más que en la primera edición.

Respecto a los expositores directos, el 80 por ciento correspondió, en esta ocasión, a empresas productoras y comercializadoras de las principales comunidades autónomas y el 20 por ciento restante a proveedores de bienes y servicios.

Esta edición ha sido la del apoyo masivo de empresas de toda España y del incremento de la participación extranjera. Los organizadores de la feria, FEPEX y el IFEMA, ya se han reunido, además, para preparar la próxima edición, que tendrá lugar entre los días 19 y 21 de octubre de 2011. Para entonces pretenden reforzar su internacionalización, que ya aumentó considerablemente durante la pasada edición de Fruit Attraction, congregando a comerciales procedentes de la UE, Chile, Israel, EE UU y Sudáfrica.

BALANCE MUY POSITIVO

“Fruit Attraction 2010”, más profesional, mucho negocio, muy almeriense, un éxito

■ José Antonio Gutiérrez

La última edición de Fruit Attraction 2010 ha dejado satisfechos a la mayoría de los participantes y ha convencido a visitantes de que es la gran feria de la comercialización de las frutas y hortalizas de España. Como notas destacadas hay que indicar que ha sido un evento con mucho negocio en el que las empresas importantes han estado presentes.

La gran distribución que estuvo invitada ha podido comprobar la gran oferta española de frutas y hortalizas, la cual va mucho más allá de lo que puedan ofrecer los países competidores.

La calidad estuvo presente en todos los rincones de la feria y la va-

riedad de vegetales es casi incontable.

La IV y V gama irrumpieron con mucho éxito en esta edición y las empresas que afrontan por primera vez este negocio pudieron realizar una importante cantidad de contactos que les asegura un negocio que está despegando por momentos.

LA COMPETENCIA, AYUDA

El hecho de que los más importantes pudieran verse en la edición de este año ha servido para que todos quieran mejorar para ganar mercado. Por su parte, la gran distribución ha podido ver que la seguridad que hay en los alimentos vegetales españoles, tanto en fres-

co como elaborados o semielaborados, está lejos de toda duda y no es lo mismo comprar en España que en África, de momento.

Por lo demás, Raúl Calleja, director del evento, puede estar satisfecho del resultado que ha obtenido tras haber celebrado sólo dos ediciones de esta feria.

Por otra parte, quienes auguran que la cita de Madrid puede tener alguna influencia en la “Fruitlogística” de Berlín tienen pocos apoyos, ya que la berlinesa está considerada como la feria comercial hortofrutícola del mundo.



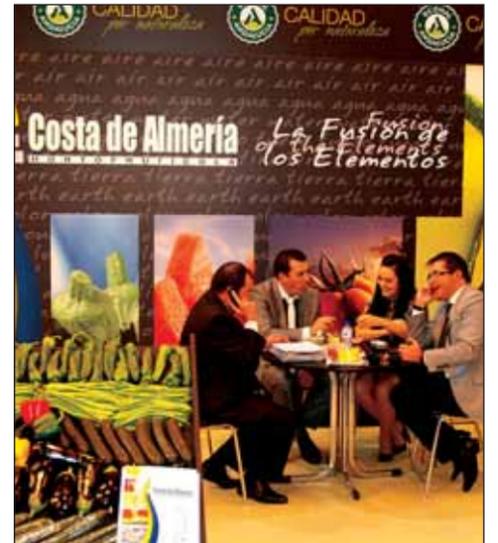
Ambiente muy profesional.- La feria de Madrid gozó en todo momento de un ambiente muy profesional, especialmente en las horas de por la mañana en las que se hicieron muchas acciones comerciales.



Cajamar no podía faltar.- La entidad bancaria que más apoya a la agricultura no podía faltar en la cita de Madrid.



Los técnicos de Koppert, muy atareados.- Los responsables de Koppert, la empresa productora de insectos para lucha integrada, quiso estar presente en la feria por ser una de las responsables de la salubridad de las hortalizas.



Costa de Almería y la IV gama.- Los responsables de Costa de Almería presentaron sus productos en fresco y la IV gama que ya hacen.



Syngenta, espectaculares.- El stand de Syngenta fue una vez más espectacular. Presentaron su oferta integrada de servicios desde todas las divisiones que tiene la multinacional. Gozaron del favor del público por su magnitud.



Biobest presentó una gran oferta.- La empresa productora de insectos presentó una gran gama de auxiliares para lucha integrada.



Gabriel Barranco no perdió el tiempo.- El presidente de La Unión fue a Madrid a trabajar y lo consiguió. No perdió el tiempo.



El presidente de Casi dando explicaciones al delegado.- José María Andújar dando explicaciones a Juan Deus, junto a dos compañeros.

LA FERIA EN IMAGENES



Nunhems.- María José Marí, responsable de Imagen de Nunhems Semillas, se puede mostrar satisfecha de las últimas actuaciones que ha tenido que afrontar: aniversario de la entidad y participación en Fruit Attraction, triunfo total en ambos casos.



Las empresas de Monsanto, en sociedad.- La edición madrileña sirvió a las empresas de Monsanto para presentarse en sociedad.



Vilmorin quiere ganar posiciones.- La apuesta de Vilmorin en Madrid dice mucho de sus intenciones: ganar mercado con calidad.



El tomate con mucho cariño.- Los que viven del tomate quieren que gracias a él vivan muchos más. La Cañada-Níjar D.O.



AgrupaEjido pisa fuerte.- La superimagen de AgrupaEjido se dejó sentir en la feria de Madrid. Ricardo García ya impone su sello.



El Grupo Agroponiente con Antonio Escobar a la cabeza.- Antonio sabe mucho del sector de las frutas y hortalizas, es por ello que aprovechó la cita de Madrid para demostrar cómo se hacen las cosas. El stand fue muy llamativo.



¿Cómo llegar al consumidor ayudando al agricultor?

Si hay que hacer un resumen de lo que hizo Rijk Zwaan en la última feria de Madrid, Fruit Attraction 2010, baste decir que mostró en su espectacular stand cómo se puede ayudar al agricultor, al exportador, al gran distribuidor y satisfacer al consumidor final con el producto que llega a sus manos.

El stand tuvo cuatro partes, todas ellas integradas para conseguir el objetivo indicado en el titular.

Los asistentes a la feria que pasaron por el stand de la multinacional de semillas pudieron conocer sus novedades, cómo se puede cocinar con ingenio y exclusividad los productos que ponen en manos de los agricultores, mostrar las cualidades de sus hortalizas para que exportadores y distribuidores finales tengan argumentos de peso para poder llegar al consumidor.

El stand fue un juego perfecto de ingenio e imagen al servicio de todo lo novedoso y consolidado en el mundo de las hortalizas por parte de Rijk Zwaan.

El portal de las ensaladas fue un destacado dentro de este stand de la firma de semillas.

ALMERÍA LIDERÓ LA REPRESENTACIÓN ANDALUZA EN MADRID

Los almerienses se venden unidos y regresan con la sensación de haber cumplido sus objetivos en Madrid

■ José Esteban Ruiz

La nutrida participación almeriense en la última edición de Fruit Attraction regresaba a la provincia "satisfecha" por el trabajo realizado, así como por la organización y aceptación de la feria internacional que se celebra en la capital de España. Si Almería doblaba su presencia en IFEMA, en relación a la primera edición -unas cuarenta entidades al-

merienses-, para algunos responsables de empresas del sector almeriense la participación y afluencia de visitantes se "triplicaba". Los agentes que configuran el negocio hortofrutícola provincial coincidieron en la masiva actividad que se registró en los diferentes expositores. Como explicó José María Andújar, presidente de la Cooperativa Agrícola San Isidro (CASI), "de la primera edición a la segunda todo

ha dado un giro de 180 grados, se observa mayor afluencia de expositores, más visitantes y, sobre todo, un incremento del interés de los compradores por los productos hortofrutícolas, particularmente por los que se cultivan en la provincia de Almería". Andújar aseguró que "los clientes se están interesando por los productos mucho más que el pasado año, quizá porque la campaña se ha retrasado y la escasez manifiesta

de hortalizas haya generado un cambio radical en la postura de la distribución".

Todas las empresas encontraron motivos para argumentar su próxima participación, hecho que tendrá lugar en octubre de 2011, feria en la que ya se encuentran trabajando desde su comité organizador.

La gran mayoría de comercializadoras almerienses participaron dentro del recinto reservado por la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Una oferta unida, tal y como se encuentra estructurada la feria en la que no desentonaron expositores -todos presentan un diseño homogéneo, con algunas excepciones- y todas las zonas productoras del territorio nacional se presentaron en una superficie delimitada.

Por otra parte, para complementar la parcela de negocio, se llevaron a cabo foros, jornadas y otras actividades paralelas ofrecieron una visión más profesional de la feria, si cabe, con una clara apuesta por la innovación en el sector hortofrutícola, en todas sus facetas, tanto en la producción como en la comercialización.

En el marco de la feria madrileña, los comités organizadores de Fruit Attraction y Expo Agro Almería rubricaron un acuerdo de colaboración para futuras ediciones de ambos eventos. Así, establecerán líneas estratégicas concretas que puedan redundar en beneficio de estos encuentros hortofrutícolas, uno especializado en la venta de frescos y la otra, en la industria auxiliar de la agricultura.



La Federación de ECOHAL recibe a responsables de distintas áreas de negocio de Cajamar.- Alfonso Zamora, gerente, y José Muñoz, presidente de la Federación ECOHAL, compartieron jornada con dirigentes de la entidad económica almeriense.



La comercializadora Ejidomar.- José Antonio Baños, presidente de la cooperativa ejidense, en la feria madrileña.



En el expositor de CASI.- El presidente de la Cooperativa Agrícola San Isidro, José María Andújar, en el centro, hace de anfitrión ante la visita de personalidades, entre ellas, la del delegado provincial de Agricultura, Juan Deus, que habla por teléfono.



Otras actividades.- Vicky Oliva ofreció una conferencia en las jornadas técnicas protagonizadas por PLAFORM.



Un punto de encuentro.- Responsables de diferentes empresas agroalimentarias coinciden en estos encuentros internacionales y aprovechan la ocasión para mostrar su parecer a cerca del presente y futuro de la actividad hortofrutícola.



Carchuna La Palma .- David del Pino, director general de la comercializadora granadina.

PROTAGONISTAS EN LA FERIA



Syngenta presentó 'Growing System', su nuevo modelo de gestión para los productores hortofrutícolas.- David Murcia, responsable del proyecto de la multinacional, profundizó en las ventajas de este novedoso sistema.



Agroiris y Anecoop.- Encuentro entre ambas comercializadoras. En la imagen, José Antonio Gutiérrez y Juan Antonio Díaz, director comercial de Agroiris, José Bono, director operativo de Anecoop Almería y Joan Mir, director general de Anecoop.



Reciclado de envases .- Sigfito constató, en el recinto ferial de Ifema, el avance en la reutilización de envases para fitosanitarios.



Rijk Zwaan.- Alberto Cuadrado, responsable de proyectos de la multinacional, sentado a la derecha junto a compañeros de RZ.

AGROIRIS

Desde 1994

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

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

DELANTE DEL OBJETIVO



Premios Aenor.- En el marco de la segunda edición de Fruit Attraction se entregaron los Premios AENOR. En primer plano, José Antonio Baños, presidente Ejidomar.



Jornadas técnicas.- Durante la celebración de las jornadas técnicas de Fruit Attraction, los organizadores llevaron a cabo la entrega de premios AENOR. En primer plano, José Antonio Gutiérrez, en representación de la comercializadora Agrioris.



Stand de la casa de semillas Nunhems.- Durante los tres días de feria, la empresa ofreció a sus visitantes una serie de catas de sandía.



Melón de Autor de Rijk Zwaan.- Los melones más selectos y con más 'glamour' también contaron con un espacio propio en la segunda edición de Fruit Attraction. Los que pudieron degustar esta fruta coincidieron en la calidad de la que gozan.



Stand de Anecoop.- El espacio de la empresa estuvo en todo momento concurrido de clientes y visitantes.



Cooperativa Agrícola San Francisco.- La empresa granadina no quiso faltar al evento agrícola más importante de España. En la foto, trabajadores de la cooperativa.



Syngenta.- La casa de semillas participó junto con Grupo Fashion en el Primer Concurso de Tallado de Frutas. Además, el stand de la entidad estuvo bien atendido en todo momento gracias al personal que forma parte de Syngenta.



Atención personalizada.- El stand del Grupo Femago estaba bien atendido en todo momento. Isabel Fernández, personal de Comunicación de Agrupalmería.



Espacio de ECOHAL.- Las cooperativas y alhóndigas de Almería también tuvieron su sitio en IFEMA para atender a los clientes.

Especial MELÓN Y SANDÍA

Los mejores
melones y
sandías
de la
próxima
primavera



Fotografía: RIJK ZWAAN



RIJK ZWAAN
seeds & services



nunhems®



SEMILLAS ALMERÍA
www.semillasalmeria.com®

Seminis®

LA IMPORTANCIA DE RENOVARSE

Melón y sandía siguen siendo los reyes de la primavera pese a la mayor competencia

PRODUCTOS LLEGADOS DE ULTRAMAR COPAN LOS MERCADOS ANTES QUE ALMERÍA, QUE LA CAMPAÑA PASADA MALVENDIÓ SUS FRUTAS

■ Isabel Fernández

Melón y sandía siguen siendo los cultivos preferidos por los agricultores durante la primavera, a pesar de no haber cerrado ni un solo buen ejercicio desde hace varias campañas. Los malos precios persiguen a estos dos cultivos, cada vez más acuciados por la competencia que les llega de terceros países. Esta competencia les ha procurado no sólo la pérdida de parte de su cuota de mercado en países comunitarios, sino también la desconfianza de estos consumidores, que ven cómo adquieren melones y sandías que, en ocasiones, han madurado ya cortados y, por tanto, sienten cierto recelo cuando los productos almerienses 'desembarcan' en sus supermercados.

Pese a haber perdido su 'monopolio' en los mercados comunitarios, el melón y la sandía almerienses siguen ocupando gran parte de la superficie de producción durante la primavera y los primeros días del verano. De hecho, sólo durante la campaña pasada, según los datos facilitados por la Delegación Provincial de Agricultura y Pesca de la Junta, en Almería, se cultivaron 4.039 hectáreas de melón, un 9'2% menos que en la campaña anterior, cuando las hectáreas de esta fruta de verano sumaron 4.447. Caso bien distinto es el de la sandía. Y es que su superficie cultivada creció un 5'75%, pasando de las 5.216 hectáreas de la campaña 2008/2009 a las 5.516 hectáreas de la 2009/2010.

Por otro lado, y en lo que respecta a la producción, ambos cultivos perdieron kilos, siendo especialmente llamativo el caso de la sandía, puesto que contaba con más hectáreas que un año antes. De este modo, la producción de sandía pasó de las 389.760 toneladas de la campaña 2008/2009 a las 331.809 toneladas del pasado ejercicio, casi un 15% menos. Entre las causas de esta importante pérdida de kilos, desde las organizaciones agrarias de la provincia destacaron, justo al final de



■ Ambos cultivos sumaron en torno a 10.000 hectáreas de cultivo durante la pasada campaña.

la campaña, que estuvo relacionada con las adversidades climatológicas vividas en los primeros meses del ciclo de cultivo. De este modo, el secretario provincial de COAG, Andrés Góngora, apuntó a "los problemas de cuajado" derivados del exceso de humedad como uno de los motivos que había dado lugar a esta pérdida de volúmenes. En el caso del melón, el descenso de producción (un 14'8%, de 166.660 toneladas a 141.964 toneladas) viene derivado, entre otras cosas, del menor número de hectáreas de cultivo.

PRECIO

Los precios de melón y sandía, según las cifras facilitadas por la Delegación Provincial, se incrementaron un 22% y un 4'5%, respectivamente, durante la pasada campaña, con respecto al ejercicio anterior. De este modo, el precio medio del melón rondó los 0'410 euros por kilo, mientras que, en el caso de la sandía, esa cotización media fue de 0'253 euros el kilo. En ambos cultivos, el relativo incremento de sus precios está relacionado con el descenso de su producción.

A pesar de esto, desde las organizaciones agrarias lamentaron las bajas cotizaciones, una campaña más, de estas frutas de verano. Para el secretario provincial de COAG, en el caso de la sandía, "sus precios de venta fueron malos desde el principio". Y es que las cotizaciones que rondaban el euro fueron sólo un espejismo. Poco a poco, las cifras comenzaron a caer y se estancaron en apenas 0'30 euros el kilo, un precio que, desde luego, no fue nada rentable para los agricultores. Por todo ello, Francisca Iglesias, secretaria general de UPA-Almería, lamentó que "llevamos ya demasiadas campañas de primavera que, en su conjunto, no terminan nunca de ser rentables".

COMPETENCIA

La provincia almeriense era, hasta no hace mucho tiempo, la primera en llegar a los mercados comunitarios con sus melones y sandías. Ya en el mes de abril, alemanes, británicos o franceses tenían el gusto de probar las primeras frutas estivales de Almería. Entonces, la provincia dominaba el mercado y los consumidores de

estos países caían rendidos a sus pies. Años más tarde, la situación es bien distinta y, de hecho, antes de que Almería logre tener sus primeros productos en las grandes plazas comunitarias, ya lo han hecho países como Brasil o Panamá. Los melones y sandías llegados de ultramar no sólo restan mercado a la provincia, sino que, además, dañan su imagen.

En este sentido, muchas han sido las voces que, desde el sector en la provincia, han lamentado que la falta de calidad del producto llegado de ultramar provoca el rechazo del consumidor no sólo de esos melones y sandías, sino de todos. En muchas ocasiones, los frutos del otro lado del Atlántico maduran durante su viaje a la Unión Europea (UE), es decir, después de cortados, produciéndose, de este modo, una alteración en sus grados de dulzor (Brix). Esta falta de sabor es lo que hace que los consumidores rechacen todas las frutas de verano.

Por ello, desde el sector en Almería abogan por la creación de marcas, de sellos que diferencien el producto almeriense del llegado desde cualquier otro punto del

planeta. Y es que, como afirmó Andrés Góngora, "la creación de la marca es la única forma de lograr una diferenciación en melón y sandía". Tanto es así que, en los últimos años, han proliferado varias de ellas y, junto a la pionera Bouquet, surgieron otras como Fashion, el Melón Miel de CASI o el Bombón de Agroponte.

CALIDAD

La marca no sólo vende, sino que, además, es una garantía de calidad frente a producciones de otras áreas geográficas que, campaña tras campaña, inundan los mercados. Sin ir más lejos, el 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2009/2010', elaborado por el Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar, señala que países como Brasil, Costa Rica o Marruecos son los principales competidores de Almería en melón. De este modo, Brasil exportó durante la citada campaña más de 178.000 toneladas de melón, mientras que Costa Rica exportó algo más de 54.000 toneladas. Con este panorama, a Almería no le queda otra que trabajar duro la calidad de sus productos, buscando esa diferenciación que, a día de hoy, parece ser el único camino para conseguir que los melones y sandías almerienses sigan siendo los preferidos por los consumidores. Para ello, desde la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) se afanan en concienciar a los agricultores de la conveniencia de evitar el corte en verde de los frutos y esperar hasta que melones y sandías hayan alcanzado su punto óptimo de maduración.

Desde la Interprofesional entienden que "la campaña de comercialización de melón y sandía es relativamente corta y cualquier incidente en el mercado provocaría la pérdida de confianza de los clientes en el producto, así como el desgaste de la imagen del sector en su conjunto". Para llevar a cabo esta labor de control, HORTYFRUTA cuenta con el apoyo de la Administración, que controla e inspecciona las partidas en los mercados de origen y en los establecimientos de venta y, de esta manera, evita que lleguen al consumidor productos que no estén aptos para su consumo".

PARA INVERNADERO Y CAMPO ABIERTO

Semillas Almería presenta un melón 'todoterreno' muy productivo en cualquier época

LA PLANTACIÓN DE 'ANTIGUA' SE RECOMIENDA DESDE DICIEMBRE HASTA FEBRERO EN INVERNADEROS DE ALMERÍA

■ CIA

La primera empresa almeriense productora de semillas de Almería presenta un melón 'todoterreno' recomendado para todo el año por su alto rendimiento y válido tanto para invernadero como para su cosecha en campo abierto. La versatilidad presentada por esta variedad la hace muy válida para un importante grupo de productores, tanto en España como en otras zonas productoras del resto del mundo.

Es ahora cuando los productores almerienses más demandan este melón porque su siembra se

recomienda desde diciembre hasta febrero.

Otra característica que la hace apetecible es el tiempo desde que se transplanta hasta que está en condiciones óptimas de ser recolectado.

Su aspecto también ayuda gracias a su buena formación de frutos, con cavidad seminal pequeña y de vida útil prolongada.

FRUTOS UNIFORMES

Los frutos son uniformes redondos, con buen reticulado, excelente conservación, sabor delicado y agradable aroma.

El peso medio es el ideal para este tipo de hortalizas, pues oscila entre los 900 gramos de los más moderados al kilo y medio de los más grandes.

Por otra parte, sus diseñadores han conseguido que sea resistent-

te a Fusarium 0-1-2 (HR) y Powdery Mildew (IR).

La empresa almeriense ha centrado sus esfuerzos en esta variedad por adaptarse perfectamente a lo que el mercado final y los productores están demandando en este momento para melones tipo Galia de larga conservación.

Los técnicos de Semillas Almería quieren satisfacer, tanto a los productores de melón como a los compradores finales.

La próxima campaña de primavera promete ser muy interesante por la aparición de nuevas marcas que centran su imagen tanto en el melón como en la sandía para la venta final en supermercados.

Son muchas las firmas de semillas que intentan conseguir las mejores variedades de cara a la próxima primavera en la provincia de Almería.



■ Antigua es la oferta de Semillas Almería para primavera. / FHALMERÍA

Antigua F1 TIPO MELÓN GALIA HÍBRIDO

- Variedad de porte resistente y vigoroso, tanto para invernadero como para campo abierto. Recomendada para todo el año presenta un alto potencial de rendimiento.
- Transplantes recomendados en Almería, tempranos de finales de Diciembre hasta Febrero.
- 70-75 días desde su transplante hasta la recolección.
- Muy buena formación de frutos, con cavidad seminal pequeña y de vida útil prolongada.
- Frutos uniformes redondos, con buen reticulado, excelente conservación, sabor delicado y agradable aroma.
- Peso medio 900 gr – 1,5 kg.
- Resistencias a Fusarium 0-1-2 (HR) y Powdery Mildew (IR)



SEMILLAS ALMERÍA

Paseo de Santa María del Águila nº 102 • Tlf. 950581004 • Fax: 950580996
04710 SANTA MARÍA DEL ÁGUILA (Almería)
www.semillasalmeria.com • info@semillasalmeria.com

Esta información es fruto de repetidos ensayos tanto en nuestros centros de experimentación como con los propios agricultores, pudiendo variar lo indicado, según zona y condiciones climatológicas.
Recomendamos consultar con nuestro departamento técnico.

melón

MELÓN

El Cantaloup se resiste a desaparecer y estabiliza su superficie en la provincia

■ I. Fernández.

El melón Cantaloup es el tipo que más ha padecido la competencia del melón norteafricano, concretamente, del llegado de Marruecos. Este país ha logrado, en los últimos tiempos, hacerse con casi todo el mercado y, de hecho, en el caso del melón almeriense, éste sólo atiende la demanda que no puede cubrir el producto marroquí. Pese a todo, y tras muchos años de declive, el Cantaloup se resiste a desaparecer. Tanto es así que el responsable de Melón de Rijk Zwaan, Alberto Domingo, afirmó que, en las últimas campañas, "su superficie se ha estabilizado", pasando de unas 1.000 a situarse en torno a las 700 hectáreas.

Al igual que lo ha hecho la superficie, la demanda de melón Cantaloup también se ha estabilizado y, prácticamente, se podría decir que el consumidor de este tipo de melón sigue siéndole fiel después de mucho tiempo. Todo el Cantaloup que se hace en Almería se destina a la exportación y, concretamente, a Francia. El país galo es el principal consumidor de este tipo de

melón, por no decir casi el único, de todo el Viejo Continente.

En este mercado, el melón marroquí sigue siendo dominante, aunque no faltan consumidores que prefieran el producto almeriense frente al llegado del norte de África. Pese a todo, este último grupo es menor.

Dentro de los Cantaloup, el charentais es la 'estrella' y lo es por su sabor, su aroma, por ser un producto mucho más jugoso, etc. En este sentido, y aunque los expertos en la materia no ponen en duda el predominio de esta variedad frente a las demás, sí destacan que, sobre todo en las últimas campañas, se está detectando una cierta tendencia hacia el escriturado, en detrimento del charentais liso. De este modo, Alberto Domingo afirmó que, en los últimos tiempos, "se ha pasado del Cantaloup liso al escriturado".

Así las cosas, este tipo de melón que muchos consideran casi residual en la provincia, sigue teniendo su importancia. Sus consumidores le son fieles y prueba de ello es que, campaña tras campaña, lo siguen demandando.

MÁS RESPETUOSO CON EL MEDIO AMBIENTE

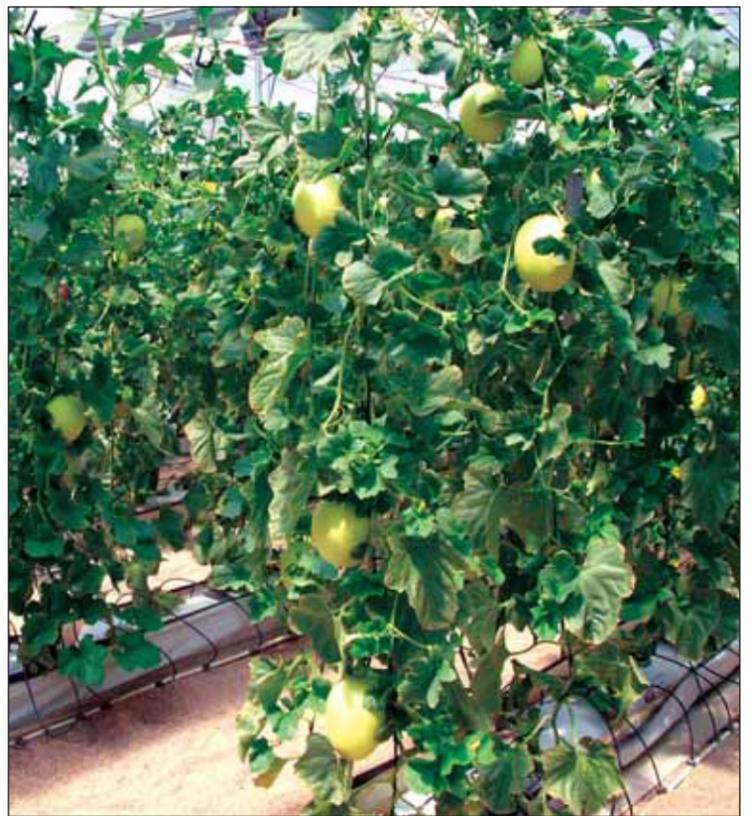
El control biológico crece en los cultivos de primavera

EN MÁS DE LA MITAD DE LA SUPERFICIE DE MELÓN Y SANDÍA SE PRODUCE UTILIZANDO INSECTOS AUXILIARES CONTRA LAS PLAGAS

■ Isabel Fernández

La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA) afirmó la campaña pasada que entre el 50 y el 60 por ciento de la superficie de melón y sandía andaluces se cultivaban con lucha integrada. Asimismo, indicó que, con unas 3.000 hectáreas, el melón se situaba como el segundo cultivo en superficie con control integrado de plagas, sólo por detrás del pimiento.

Durante ese ejercicio agrícola, el inicio de la campaña de primavera estuvo marcado, según la Interprofesional, por la suelta de casi 3.000 millones de insectos beneficiosos, sobre todo de *Amblyseius swirskii*. Este depredador natural, explicaron desde HORTYFRUTA, "ha demostrado una gran eficacia en el control de mosca blanca y trip, principales enemigos de los cultivos de melón y sandía".



■ Plantación invernada de melón. / FHALMERÍA

Por su parte, los agricultores confían en este método para sacar adelante sus plantaciones. Un método que, además, no les supone una gran inversión. La suelta de insectos en los cultivos de primavera es mucho menor que en otoño-invierno, lo que redu-

ce de forma considerable los gastos para la puesta en marcha de la plantación. Esto, unido a lo corto de la campaña, hace que los productores lo tengan claro a la hora de optar por un cultivo convencional o uno con control biológico.

ESTRATEGIA COMERCIAL

■ J.E. R.

Las comercializadoras del Grupo Agroponiente siguen con su política de planificación de cultivos para obtener el máximo rendimiento en las futuras operaciones comerciales. Como viene siendo habitual, inician con tiempo su ronda de contactos con los productores con el fin de determinar estrategias conjuntas en la próxima campaña de primavera en la que sus principales bazas son el melón y la sandía. Su primer acercamiento se producía en Adra, para posteriormente continuar en El Ejido en el centro de Agroponiente ubicado en el polígono La Redonda. La última reunión tuvo lugar en Níjar.

En estos encuentros, los responsables del departamento técnico de Agroponiente entran en contacto con los agricultores para orientarles sobre variedades y fechas de plantación, "al objeto de obtener el mayor rendimiento en la producción, procurar una organización adecuada en el ca-

Agroponiente planifica la próxima campaña de sandía y melón



■ Los agricultores atienden las explicaciones de los responsables de Agroponiente. / FHALMERÍA

lendario y, así, responder mejor a las demandas de los clientes", advierten desde la empresa.

En la primera reunión, el director del Grupo Agroponiente, Antonio Escobar, estuvo acom-

pañado del responsable del centro de Adra, José Ruiz y el director técnico de la empresa, Ángel López, quién trasladó al colectivo de agricultores la información sobre las variedades de

melón y sandía más adecuadas.

La comercializadora está aprovechando estas citas con sus productores para insistir sobre el "gran proyecto que Agroponiente y Vegacañada están im-

pulsando desde hace tiempo, pero con resultados especialmente satisfactorios en esta campaña, tanto en la caja de plástico no retornable y la tipificación del producto, en este envase, en la propia finca".

El director general del Grupo, Antonio Escobar, se dirigió a los agricultores recordando que "es una apuesta que llevábamos tiempo ensayando, pero que esta temporada ha terminado de lanzarse, con unos resultados muy positivos tanto para el agricultor como en los mercados. Como sabéis, para el agricultor, el gran beneficio es que al producto no se le añaden costes de elaboración, puesto que viene elaborado de la propia finca, con lo cual el rendimiento económico es mayor; y para el cliente, supone un salto de calidad, puesto que la caja es más manejable, es transparente y por tanto se ve todo el producto y, sobre todo, éste no pasa apenas tiempo en los almacenes y ello hace que llegue al cliente e incluso al consumidor con la mayor frescura posible".

NUNHEMS

“Desarrollamos variedades de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes”

LA CASA DE SEMILLAS PRESENTA STYLE, MAGENTA Y LONDON, VARIEDADES PARA TODOS LOS CICLOS PRODUCTIVOS

Isabel Fernández

Nunhems ya ultima su próxima campaña de primavera, en la que ofrecerá una amplia gama de variedades de melón y sandía, “en función de las distintas fechas de transplante”, según afirmó su responsable en ambos cultivos, Crisanto Ampuero. En este sentido, Ampuero señaló que, en cada una de las variedades que ofrecen, “predominan unas características sobre otras, con el fin de adaptarse más a las necesidades de los agricultores”, pero no sólo de ellos, sino también de distribuidores y consumidores.

Según explicó, “los productores están buscando en ambos cultivos un buen rendimiento precoz con



■ Magenta, calidad y excelente aroma. / FHALMERÍA

una calidad interna adaptada a las necesidades del mercado de destino”. Para responder a estas demandas, “en Nunhems desarro-

llamos variedades de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes y las sometemos a pruebas de calidad para asegurarnos que cum-

plimos con los requisitos de la cadena de suministro”.

De este modo, la casa de semillas presenta de cara a la próxima campaña de primavera sus variedades Style, Magenta y London. La primera, según Ampuero, “se identifica por su firmeza”, mientras que Magenta “destaca por su calidad uniforme, su tamaño homogéneo y su conservación, así como por un excelente aroma muy apreciado por los consumidores”. Por último, “London se caracteriza por su sabor tradicional”.

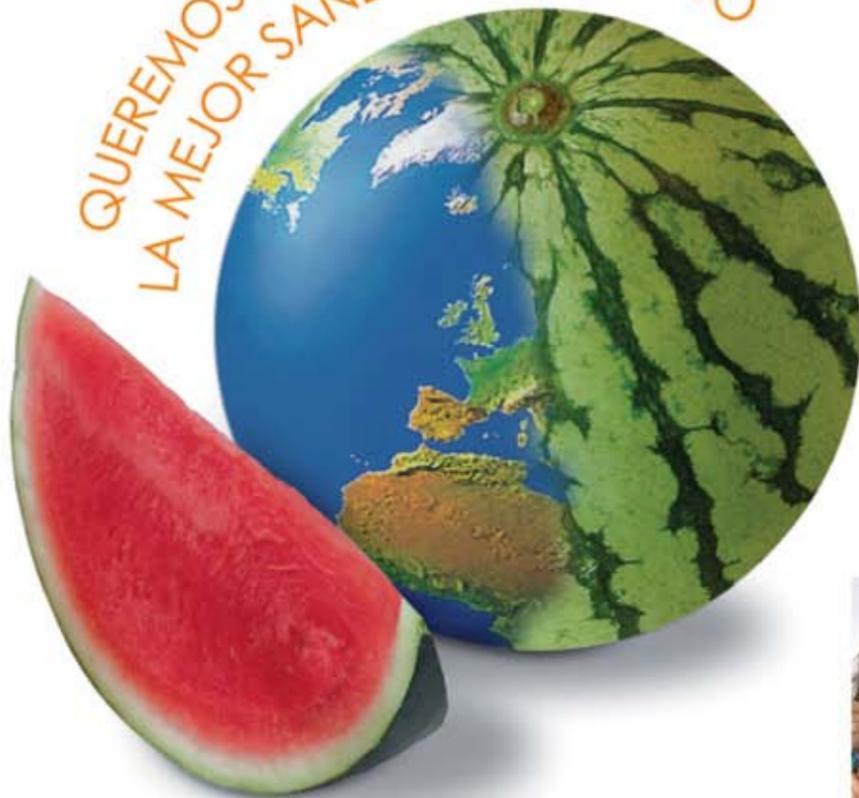
Por otro lado, con respecto a las resistencias de las nuevas variedades, afirmó que “nos estamos centrando en resistencias a Fusarium y Oidio, tanto en variedades de melón como de sandía”. Asimismo, indicó que otro aspecto a destacar es “la rusticidad de muchas de nuestras variedades”. En este sentido, explicó que, por ejemplo, su variedad de melón Cantaloup Horacio “mantiene una aceptable calidad comercial in-

El sabor, una característica “básica”

El responsable de Melón y Sandía de Nunhems afirmó que “el sabor es considerado como una característica básica a la hora de seleccionar cualquier variedad de melón y sandía por los responsables de mejora”. De hecho, “una variedad puede tener características como la alta producción, resistencia a enfermedades, larga vida, etc., pero el atributo del sabor es la clave a la hora de elegir una variedad u otra”. En Nunhems siguen trabajando en la búsqueda de nuevas variedades, puesto que aún no está todo inventado, sino que “aparecen continuamente tantas variables que da la sensación de que siempre estamos en el inicio”.

cluso en condiciones muy adversas”, como podrían ser problemas de suelo, altas temperaturas o enfermedades.

QUEREMOS DARTE SIEMPRE LA MEJOR SANDÍA DEL MUNDO



En Nunhems, nuestros equipos de ventas, especialistas de cultivo y científicos de todo el mundo, trabajan estrechamente con cada nivel de la cadena de distribución, desde los productores hasta los consumidores, con el fin de entender sus necesidades y anticiparse a las demandas del mercado.

Ofrecemos variedades innovadoras, ayudando así a nuestros clientes a construir un negocio seguro y competitivo, ahora y en el futuro.



PARA EL CAMPO

Semillas Fitó, líder en variedades de alta calidad de melón y sandía

CAUTOR, MALERVA E INDÁLICO, EN MELÓN, Y TORO Y MERISIN, EN SANDÍA, SINÓNIMOS DE ÉXITO PARA EL CULTIVO DE LA PROVINCIA

■ CIA

Semillas Fitó, multinacional española con más de 130 años de experiencia y líder en el mercado mediterráneo por su apuesta por la I+D+i y su asesoramiento continuo al agricultor, es bien conocida en el área mediterránea por la alta calidad y rendimiento de sus variedades de melón, tanto en el segmento de piel de sapo como en galia o en melón amarillo, así como por sus variedades de sandía.

El trabajo desarrollado en campo durante años, siempre junto a los productores de cada zona para una mejora varietal continua, así como la colaboración con distribuidores y grandes superficies para conocer los gustos de los consumidores, han dado sus frutos en variedades como Cautor, líder en el segmento de melón galia larga vida. Cautor responde tanto a las exigencias de los agricultores, con una alta productividad y resistencia a enfermedades, como a las de los distribuidores y supermercados, al disponer de una oferta uniforme de melón con la misma tipología y una alta durabilidad y, por último, a las exigencias de los consumidores, que quieren un fruto de sabor dulce, con buena textura y que mantenga la calidad constante.

Cautor es un galia larga vida de carne verde para siembras tempranas, que presenta una planta vigorosa y rústica, de hoja oscura muy equilibrada en la floración fe-



■ Melón Cautor, líder en el segmento de galia larga vida. / FHALMERÍA

menina y un fruto redondo de escriturado uniforme y que no se despezona. La carne es verde intensa, muy azucarada y con una cavidad interna muy pequeña. Esta variedad debe transplantarse desde mediados de enero hasta primeros de marzo y es resistente a hongos como *Fusarium oxysporum* f.sp. *melonis*, *Golvinomyces cichoracearum* y *Podosphaeria xanthii*.

En melón amarillo Semillas Fitó cuenta con las muy demandadas variedades Indálico y Malerva. Indálico es un melón con alta precocidad y concentración de frutos, ideal para el cultivo en Almería, de planta vigorosa, de hoja pequeña y entrenudos cortos. Soporta bien la amarillez y es tolerante a *Oidium*. El fruto es de piel



■ Sandías de alta calidad Toro y Merisin. / FHALMERÍA

lisa, forma oval y color amarillo oro, y la carne es verde, crujiente y muy azucarada (12° brix).

Además, presenta una buena conservación de la carne una vez recolectado y ofrece una producción

concentrada y elevada, manteniendo un tamaño ideal para la exportación. Su época de trasplante es de mediados de enero a finales de febrero.

Por su parte, Malerva es un melón amarillo precoz en siembras tardías, con una planta de vigor intermedio, con gran facilidad para mostrar la floración femenina y por lo tanto para cuajar, siendo su cuaje muy precoz y concentrado. El fruto es de forma oval, piel lisa y color amarillo oro. La carne es verde, crujiente y muy azucarada, con un calibre medio ideal para exportación. Se recomienda el trasplante a partir de primeros de marzo hasta final de campaña. Presenta buena resistencia a *Podosphaeria xanthii*.

TORO Y MERISIN

En el segmento del cultivo de sandía en invernaderos de Almería, está creciendo la demanda de las variedades Toro y Merisin de Semillas Fitó. Toro es una variedad temprana oscura y de larga vida para injerto que presenta una planta de vigor medio, de producción agrupada y muy precoz, con buena afinidad con cualquier portainjerto, especialmente con F-90. El fruto es redondo, muy uniforme, de color verde muy oscuro y escasa corteza. Y presenta una carne de color rojo muy intenso, crujiente, muy azucarada (11,5° brix) y poco fibrosa. Su tamaño es muy comercial, destacando especialmente por su color verde oscuro, su uniformidad y la gran calidad de su carne. Se recomienda el trasplante de enero a marzo.

Por su parte, Merisin es una sandía redonda sin semilla, muy productiva, que presenta una planta vigorosa, de escaso follaje, de cuaje muy precoz y de producción muy agrupada. El fruto es de forma redondeada, muy uniforme, de buen calibre y no ahueca, con una piel rayada con fondo claro, gran calidad de carne y escasa fibra. Se recomienda el trasplante también entre los meses de enero hasta marzo.

SANDÍA AL AIRE LIBRE

Las producciones del Levante viven un 'via crucis' a causa de los 'perpetuos' bajos precios

■ I. F. G.

La sandía al aire libre, cultivada, mayoritariamente, en el Levante provincial, lleva varios años viviendo su particular 'via crucis' debido a una crisis de precios permanente. Campaña tras campaña, esta fruta cierra ejercicios con

pérdidas. La competencia de otras zonas de producción, ya no sólo extranjeras, sino también de otros puntos de la geografía nacional, junto con la escasez de demanda, en ocasiones, se han convertido en lastres difíciles de soltar.

Pese a que las primeras partidas de sandía de la pasada campaña

se vendieron a unos 0'20 euros el kilo -un precio aceptable en comparación con el de otras campañas-, esta situación duró poco. Los bajos precios fueron la tónica general durante el último ejercicio, y eso a pesar de que la producción cayó en torno a un 15% con respecto a un año antes, según indi-

caron desde la organización agraria ASAJA en la provincia.

Pero la última no fue la única campaña mala para este cultivo. De hecho, durante la 2008/2009, los productores de sandía del Levante ni siquiera recolectaron sus cosechas, debido, precisamente, a un problema de cotizaciones.

Entonces, según señalada Pascual Soler, vicepresidente de ASAJA-Almería, en el caso de la sandía negra, a pesar de que "tuvimos una cosecha muy buena, la mejor en los últimos cinco o seis años en lo que se refiere a calidad, no tuvimos precio". En aquellas fechas, la sandía se vendía en torno a 0'10 ó 0'14 euros el kilo, cifras que ni siquiera permitían "cubrir los gastos". Durante la campaña pasada, se cultivaron 875 hectáreas de sandía al aire libre, el 15'9% del total de la superficie.

SEÑA DE IDENTIDAD

Las marcas de melón y sandía ganan terreno en los mercados

■ **Rafa Villegas**

Desde que hace ya algunos años se pusiera de moda la importación, en pleno invierno, de melón y sandía provenientes del continente americano estos productos típicos de la campaña de primavera almeriense han perdido mucho valor. Es ahí cuando surge la necesidad de crear marcas potentes que sean sinónimo inequívoco de calidad y que el consumidor las aprecie por ello.

El caso es que los sudamericanos no destacan, precisamente, por su gran calidad, ya que, en la mayoría de los casos, los cortan en verde, cuando aún no han alcanzado los grados Brix aconsejables, y llegan a los lineales de los diferentes supermercados europeos sin sabor. Ello ha provocado que, por ejemplo, los alemanes y los franceses no reciban los primeros melones y sandías de Almería con la ansia de antaño y crean que todos son de tan escasa calidad como los de ultramar y los compran cada vez menos.

MARCAS COMERCIALES

Para recuperar la fama de antaño, ya ha habido cooperativas que, a lo largo de los últimos años, han movido ficha han creado marcas comerciales que, en la mayoría de los casos, ya conocen prácticamente todos los consumidores del Viejo Continente europeo.

En sandía destacan, sin duda, las dos marcas veteranas, se trata de la amplia gama Bouquet de la cooperativa de segundo grado Anecoop, así como la Fashion de la Agencia Grupo Fashion. Ambas le dan una gran importancia a la expansión de su marca, tanto en el ámbito nacional como internacional. Es por ello que son continuas las campañas de promoción que realizan. La calidad, en ambos casos, es su seña de identidad. Anecoop, además, ha conquistado los paladares de los nuevos modelos de familia europeos con su sandía Mini.

Por otra parte, también en sandía, más recientemente la mayor comercializadora de tomate del mundo, como es CASI, creó su sandía Reina de CASI que, sin lugar a dudas, se está creando un hueco en los diferentes mercados de destino, tanto en España como en Europa.

Menos marcas comerciales y desde hace menos tiempo que la sandía tienen los melones almerienses. Concretamente, CASI también ha apostado por certificar la calidad de su producto con

una marca, en este caso se trata de Miel de CASI. Este melón destaca por contar con una textura en su punto y unos grados Brix óptimos lo que lo hace, como no podía ser de otra ma-

nera, más que apetitoso para el consumidor.

Por otra parte, la marca comercial más reciente, en cuanto a melón se refiere, nació la pasada campaña hortofrutícola 2009/2010. Se trata, en concreto, del melón Bombón del Grupo Agroponiente, que agrupa las cooperativas homónimas, así como Vegacañada.

Lo cierto es que, si bien queda mucho camino por recorrer,

son cada vez más los consumidores que conocen estas marcas comerciales, lo que les da un plus a las mismas a la hora de comercializar sus productos de la campaña de primavera.

Las campañas de publicidad ayudan y los acuerdos comerciales de exclusividad, muy típicos tanto de Anecoop como de Fashion, también tienen mucho que ver a la hora de expandir la marca por toda Europa.

Melón
Cautor LV

Excelente textura y sabor.

**Buenos por fuera...
por dentro, ¡MEJOR!**

Melones
**Indálico y
Malerva**

Semillas Fitó, una multinacional española diferente por...

Calidad
Respondiendo a las exigencias de los consumidores.

Innovación
Invertimos en I+D+i el 13% de nuestra facturación anual.

Asesoramiento
Desde 1880 trabajamos codo con codo con el agricultor.

Fitó
Desde 1880, mejorando contigo

www.semillasfito.com

CONSEJOS

Recomendaciones de GREEN HAS Iberia para la campaña de melón y sandía

Rafa Villegas

Melón y sandía son para la agricultura de Almería dos de los cultivos más importantes de la campaña de primavera. Es por eso que se necesitan curas y atenciones a lo largo de todo el ciclo vegetativo para obtener un producto de elevadas calidades y en el mejor momento para conseguir los mejores precios posibles.

Considerando la experiencia del grupo GREEN HAS quiere aconsejar a los agricultores "cómo nutrir vuestro cultivo de forma equilibrada y correcta en cada una de las diferentes fases fenológicas, de modo que se consiga el mejor resultado en términos cuantitativos y cualitativos".

En la tabla de la derecha se pueden encontrar, con todo lujo de detalles, todos los consejos acerca de cómo se puede obtener el mayor rendimiento tanto en melón como en sandía.

A modo de resumen, desde GREEN HAS Iberia han señalado, además, una serie de ven-

tajas agronómicas que se logran con la aplicación de sus productos, como son que:

- Mejora el enraizamiento;
- Fortalece el sistema inmunológico dando al cultivo una alta resistencia a Hongos y Virus;
- Control vegetativo;
- Alta productividad y rendimiento;
- Precocidad;
- Mejora de las calidades organolépticas del fruto.

Por otra parte, en la página de al lado, el agricultor puede encontrar el catálogo completo de los productos que podrá obtener en las instalaciones de GREEN HAS Iberia que, cabe recordar, se encuentran ubicadas en la calle VIII, Número 12 del Polígono Industrial de La Redonda, en el municipio de El Ejido.

El agricultor, además, puede conseguir un descuento del 8 por ciento por cada compra de productos GREEN HAS que realice en las instalaciones de esta empresa recortando el cupón descuento de esta página. Es válido hasta el 31 de diciembre.

PRODUCTOS

MELÓN Y SANDÍA

Etapa fenológica	Productos	Foliar (kg/ha)	Fertirriego (kg/ha)	Acción
Transplante	ALGAREN + MAGIC P star		5 + 5	Favorece el enraizamiento
Después del transplante	NUTRIGREEN AD		3	Reducen el estrés
Desarrollo vegetativo	KRIPHER	3		Estimula la resistencia de la planta a hongos y virus
	T1 HAS idro + NUTRIGREEN AD + GREENPLANT 23-7-12+2+micro		25 + 30 + 25	Favorece la producción de hojas
Antes de floración	GREENPLANT 12-36-12+2+micro + ALGAREN + BOROGREEN L	1,5 + 1 + 0,5		Para preparar a una buena floración
	ALGAREN + CALFOMYTH	1,5 + 6		
Floración	ALGAREN + CalboroN	3 + 2,5		Aumenta el número de flores fértiles
Cuaje	M10 AD		25	Mejora el cuaje
Engorde fruto	T1 HAS idro + NUTRIGREEN AD + DAGLAS		50 + 25 + 25	Favorece un engorde fuerte y uniforme de las bayas
Maduración y Precocidad	M10 AD		25	Aumentan el peso y uniformiza el tamaño de las bayas

GREEN ITALIA Progreso in agricultura **8% de DESCUENTO** CUPONES DESCUENTO **8% de DESCUENTO** **GREEN ITALIA** Progreso in agricultura

CUPÓN DESCUENTO **8% de DESCUENTO**

Poker de Ases
Apueste por su cultivo y gane!

GREEN ITALIA
Progreso in agricultura
www.greenhasitalia.com

GREEN HAS IBERIA
POL. IND. LA REDONDA - CALLE VIII, Nº12 - 94700 EL EJIDO
TEL: 950 580 942 FAX: 950 580 779

Cupones no acumulables - Válidos hasta 31/12/10
Sólo canjeables en nuestro almacén

CUPÓN DESCUENTO **8% de DESCUENTO**

Poker de Ases
Apueste por su cultivo y gane!

GREEN ITALIA
Progreso in agricultura
www.greenhasitalia.com

GREEN HAS IBERIA
POL. IND. LA REDONDA - CALLE VIII, Nº12 - 94700 EL EJIDO
TEL: 950 580 942 FAX: 950 580 779

Cupones no acumulables - Válidos hasta 31/12/10
Sólo canjeables en nuestro almacén

CUPÓN DESCUENTO **8% de DESCUENTO**

Poker de Ases
Apueste por su cultivo y gane!

GREEN ITALIA
Progreso in agricultura
www.greenhasitalia.com

GREEN HAS IBERIA
POL. IND. LA REDONDA - CALLE VIII, Nº12 - 94700 EL EJIDO
TEL: 950 580 942 FAX: 950 580 779

Cupones no acumulables - Válidos hasta 31/12/10
Sólo canjeables en nuestro almacén

CUPÓN DESCUENTO **8% de DESCUENTO**

Poker de Ases
Apueste por su cultivo y gane!

GREEN ITALIA
Progreso in agricultura
www.greenhasitalia.com

GREEN HAS IBERIA
POL. IND. LA REDONDA - CALLE VIII, Nº12 - 94700 EL EJIDO
TEL: 950 580 942 FAX: 950 580 779

Cupones no acumulables - Válidos hasta 31/12/10
Sólo canjeables en nuestro almacén

FERTILIZANTES MINERALES
líquidos

Productos	Riquezas garantizadas (% peso/peso)					Envases (kg)
	N	P ₂ O ₅	K ₂ O	CaO	MgO	
► FOSFATADOS						
KRIPHTER	/	32	18	/	2	+Cu 1-L-6-12-25-300
MAGIC P star	3	27	/	/	6	+Fe+Zn 1-L-6-12-25-300
CALFOMYTH	3	23	/	5	/	+B+Mo 1-L-6-12-25-300
MIQAD	/	15	20	/	/	+B+Mn+Mo 1-L-6-12-25-300
HASCON 17	5,5	7,1	13,4	/	/	1-L-6-12-25-270
► CON NUTRIENTES SECUNDARIOS						
FOLIACON 22	8,8	/	/	10	5	1-L-6-12-25-320
GREENCAL	8,5	/	/	15	/	25-300
NEWCAL <i>cloruro de calcio</i>	/	/	/	16,8	/	6-12-25
► DE LIBERACIÓN LENTA						
NUTROLEN	N ureico 8 + N ureaformaldéhidro 19					1-L-6-12-25-260

FERTILIZANTES ORGÁNICOS
líquidos (L) y en polvo soluble (P)

Productos		Características	Envases (kg)
POLYAMIN	P	Aminoácidos totales 90% Aminoácidos libres 6,5%	1-5
NUTRIGREEN AD	L	Aminoácidos totales 50% Aminoácidos libres 10%	6-12-25-270
VTAVEN (vegetal)	L	Aminoácidos totales 15% Aminoácidos libres 7%	6-12-25-270
VI-ORG (vegetal)	L	Extractos de plantas N org. 3% - C org. 18% - K ₂ O 6%	6-12-25-270
GREENHUM	L	Extracto húmico total de leonardita 15%	5-12-20
GREENHUM WP	P	Extracto húmico total de leonardita 80%	1-5

BIOESTIMULANTES Y BIOREGULADORES
líquidos

Productos		Riquezas garantizadas (% peso/peso)	Envases (kg)
ALGAREN		Extractos de algas marinas 90% (Ecklonia maxima)	1-5-10-20-200
DRIN		L-α aminoácidos y vitaminas	1-5-10-25-240

FERTILIZANTES MINERALES
en polvo soluble

Productos	Riquezas garantizadas (% peso/peso)					Envases (kg)		
	N	N	N	P ₂ O ₅	K ₂ O		CaO	MgO
► LINEA KINGLIFE: <i>ideal para pulverizaciones foliares</i>								
KINGLIFE	6	5,1	8,9	20	20	/	/	+B+Cu+Fe +Mn+Mo+Zn
KINGLIFE bio	4,5	1,5	/	9,5	18	/	4	8,2Fe0,8 +Mn0,8+Mo0,08 +Zn0,8
► LINEA GSEERPLANT: <i>ideal para fertirriego</i>								
26-5-12+2 +micronutrientes	11	8,5	6,5	5	12	/	2	+B+Fe+Mn +Mo+Zn
20-20-20 +micronutrientes	4,4	3	12,6	20	20	/	/	+B+Fe+Mn +Mo+Zn
20-5-10+2 +micronutrientes	7	13	/	5	10	/	2	+B+Fe+Mn +Mo+Zn
13-8-24+3 +micronutrientes	6,8	6,2	/	8	24	/	3	+B+Fe+Mn +Mo+Zn
12-36-12+2 +micronutrientes	3,5	8,5	/	36	12	/	2	+B+Fe+Mn +Mo+Zn
8-7-40+2 +micronutrientes	7	1	/	7	40	/	2	+B+Fe+Mn +Mo+Zn
6-21-36+3 +micronutrientes	6	/	/	21	36	/	3	+B+Fe+Mn +Mo+Zn

LINEA HAS:
ideal para cultivos sin suelo

Productos									
CALFON	10	/	4	11	22	8	/	+B+Fe+Mn +Mo+Zn	25
TI HAS dfo	15	/	/	/	10	21	/	/	25
SPRINT	12,5	10,5	/	7	12	/	2	+B+Fe+Mn +Mo+Zn	25
GYRO'	8,3	0,2	/	15	37	/	2	+B+Fe +Mn+Mo+Zn	25

NUTRIENTES SECUNDARIOS

Productos		Riquezas garantizadas (% peso/peso)	Envases (kg)
CALBORON		CaO 30+B 1	1-5
MAGNESIOGREEN bio		MgO 16+SO ₃ 30	10-25
MAGNESIOGREEN activado		MgO 16+SO ₃ 33+B+Cu+Mn+Zn	1-5-10-25

FERTILIZANTES A BASE DE MICRONUTRIENTES
líquidos (L) y en polvo soluble (P)

Productos		Riquezas garantizadas (% peso/peso)	Envases (kg)
► A BASE DE HIERRO			
FOLIACON Fe	L	Fe 5 complejo por aminoácidos	1-L-6
KELAMYTH Fe	P	Fe EDDHMA 6,5 (4,8 orto-orto)	1-5
KELAMYTH MP6	P	Fe EDDHA 6 (2 orto-orto)	1-5
KELAGREEN Fe	P	Fe DTPA 11	1-5
► A BASE DE BORO			
BOROGREEN L	L	B 11 (etanolamina)	1-L-6
► A BASE DE MOLIBDENO			
MOLYSTAR	L	Mo 12	0,25-1 L
► A BASE DE COBRE			
KELAGREEN Cu	P	Cu EDTA 14	1-5
► A BASE DE MANGANESO			
KELAGREEN Mn	P	Mn EDTA 13	1-5
► A BASE DE ZINC			
KELAGREEN Zn	P	Zn EDTA 14	1-5
MICRO HAS Zn líquido	L	Zn 5,83	1-L-6
MEZCLAS			
OLGOGREEN	P	B 0,5+Cu 1+Fe 2+Mn 4 +Mo 0,05+Zn 3 (quelatos)	1-5
AGRUCON	P	N 16+K ₂ O 5+MgO 2,5+B 0,5 +Fe 0,2+Mn 3+Zn 9	1-5

CORRECTORES DE LOS SUELOS
líquidos

Productos		Riquezas garantizadas (% peso/peso)	Envases (kg)
DAGLAS <i>corrector del pH del suelo</i>		N 11+K ₂ O 5+SO ₃ 57+Fe+Zn	6-12-25-290
ESSEKAPPA <i>para suelos alcalinos y calizos</i>		N 3+K ₂ O 23+SO ₃ 39+N+Mo	6-12-25-300
DESALIN CH <i>desalinizador del suelo</i>		CaO 9+MgO 1	6-12-25-250

ACIDIFICANTE DE LAS AGUAS
líquido

Producto		Riquezas garantizadas (% peso/peso)	Envases (kg)
LYRER		N 3+P ₂ O ₅ 18	1-L-6



Los productos contrasñados con este símbolo se recomiendan solo por vía radicular a diferencia de las otras formulaciones utilizables tanto por vía foliar como radicular.

Los productos contrasñados con este símbolo están permitidos en agricultura ecológica y son certificados por el CAE.



Progreso en agricultura



flacón de 250 ml: 1 caja = 24 flacones
1 pallet = 80 cajas
botella de 1 l: 1 caja = 15 botellas
1 pallet = 54 cajas



garrafa de 6 kg: 1 caja = 4 garratas
1 pallet = 45 cajas = 1080 kg
garrafa de 12 kg: 1 pallet = 75 garratas = 900 kg
garrafa de 25 kg: 1 pallet = 48 garratas = 1200 kg
bidón: 1 pallet = 4 bidones



saco de 1 kg: 1 caja = 12 sacos
1 pallet = 40 cajas = 480 kg
saco de 5 kg: 1 caja = 2 o 3 sacos
1 pallet = 54 cajas = 540 o 810 kg
saco de 10 kg: 1 pallet = 100 sacos = 1000 kg
saco de 25 kg: 1 pallet = 50 sacos = 1250 kg

Progreso en agricultura

BUENA RESPUESTA

Séminis regresa con su campaña de melones tras el éxito del año anterior

LA CASA DE SEMILLAS HA REALIZADO LA ENTREGA DE PREMIOS DE HOMER Y HAVANA Y RECIBE LA SATISFACCIÓN DE LOS AGRICULTORES

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Séminis vuelve este año con su exitosa campaña de melón piel de sapo y amarillo, Havana y Homer, respectivamente, dos variedades que el ejercicio pasado ya dieron mucho de qué hablar en el campo almeriense. Asimismo, la empresa ha querido reconocer la confianza y satisfacción de los agricultores a través de la entrega de premios a los tres productores que mejores resultados tuvieron la pasada campaña tanto con Havana como con Homer. En este sentido, el primer galardonado fue José Florencio Olvera, con la adquisición de semillas Homer para dos hectáreas. Según el premiado, "estoy muy contento con la producción de este melón y, de hecho, voy a volver a trabajar con Homer el próximo año".

CARACTERÍSTICAS

Dentro de las características más destacadas de esta fruta por parte de José Florencio Olivencia está el hecho de que "este melón tiene un color amarillo intenso que llama mucho la atención en el mercado. Además es una variedad que da muchos kilos por metro cuadrado, alrededor de 5 kilos, y se diferencia del resto de melones amarillos porque su tamaño es perfecto y el trabajo de



■ Melón Homer destaca por su color amarillo intenso muy atractivo para el mercado. / FHALMERIA

la mata no da ningún problema durante todo el ciclo de producción, que en mi caso es un ciclo temprano". Asimismo, lo bueno que tiene Homer es que gracias a la fortaleza de la planta, ésta resiste muy bien a las enfermedades y virus, lo que hace que el producto tenga mucha más calidad. En cuanto a otras características técnicas que se destacan desde Séminis señalar que se trata de un melón con potente sistema radicular que hace que los frutos engorden rápidamente, así como también cuenta con un alto con-



■ Havana destaca porque tiene un escriturado muy bueno. / FHALMERIA

Fenway, la sandía ideal por su gran sabor y textura

En cuanto a sandías, Séminis sigue apostando por el cultivo de Fenway, una variedad triploide de planta muy vigorosa y productiva. Fenway proporciona frutos redondos y uniformes, con una piel oscura. La carne es de color roja y destaca por su sabor, textura y alto contenido en azúcar. Los frutos tienen un peso medio de 5-6 kg y se adaptan tanto a invernadero como al aire libre.



■ Sandía Fenway. / FHALMERIA

tenido en azúcar. Por otro lado, el segundo premiado fue Francisco Crespo Galdeano con el melón Havana, al que se le obsequió con 1,5 hectáreas de semillas de dicha variedad. Y, en tercer lugar, José Olivencia Soto, que obtuvo el tercer premio también con Homer, se le galardonó con semillas para una hectárea de este melón. Cabe destacar que

la casa de semillas Séminis cuenta con otras variedades de melón que también están teniendo grandes resultados en el sector agrario almeriense. Entre ellos destacar a Gabriel, un fruto muy uniforme de calibre y peso medio de 3,5 kilogramos. Son frutos de excelente apariencia externa, ligeramente alargados, no hacen ondulaciones, escriturados, dora-

Havana, un melón más fuerte, dulce y productivo

El melón Havana de Séminis está teniendo una gran acogida en la zona del Poniente almeriense, ya que se trata de una planta muy fuerte que es lo que hoy día más demanda el agricultor de melón. Y es que, esta casa de semillas siempre está trabajando para conseguir los mejores productos que permitan al agricultor ganar en tiempo, dinero y producción. Por este motivo, Havana calará en la próxima primavera para permitir que el productor de esta variedad siga apostando por frutos consistentes que dejen huella tanto en el consumidor como en el mercado internacional. De hecho, Havana destaca por ser un tipo piel de sapo con un escriturado muy bueno, de buen comer por el azúcar que tiene y lo mejor es que no se pudre, ya que aguanta más y para comercializarlo es mucho mejor. Además, el tamaño que da el fruto es muy bueno y sale bastante bien de kilos por metro cuadrado.

dos al punto de corte y con una carne blanca muy sabrosa. Además, se trata de un fruto que entra muy pronto en producción, ya que no tiene problemas de avinado, aguantando muy bien la fruta en la planta. De hecho, la mata es muy vigorosa por lo que cuaja bien con el frío.

MANEJO FÁCIL DE CULTIVO

Otra de las ventajas que tiene el melón Gabriel de Séminis es que el manejo del cultivo durante todo el proceso es muy fácil, incluso mejor que el de otros tipos, ya que se está hablando de un fruto que aguanta mucho más el rajado. Gabriel es un melón que tiene un alto grado de azúcar, ya que puede llegar a coger los 14,5 ó 14,6 grados. Aún así, muchos técnicos que trabajan con este melón están de acuerdo en que el mejor momento del corte es cuando el melón ha alcanzado los 12 grados brix. El motivo es porque al cortarlos a estos niveles te estás asegurando que toda la producción tenga su dulzor recomendado.

FORMAS DE CULTIVO

La técnica del injerto favorece un mejor cuaje y corte de la fruta

LA UNIFORMIDAD DE LA PLANTA CON EL 'PORTA' DA LA POSIBILIDAD DE OBTENER MÁS CANTIDAD DE FRUTA EN UN MISMO CORTE

Elena Sánchez

La técnica del injerto en melón y sandía permite a la planta obtener una mayor facilidad en el cuaje, ya que echa muchas flores, además de que también está favoreciendo a la hora del corte, puesto que la uniformidad de la planta permite obtener más cantidad de fruta en un misma pasada. En las últimas campañas, los productores de melón están encontrando en el injerto algunas ventajas de las que antes no gozaban. Así, por ejemplo, lo bueno que se está dando ahora con esta forma de producción es que la planta se hace más fuerte, por lo que su resis-

tencia a virus y enfermedades de suelo es más alta que con el cultivo convencional. La pasada campaña ya se dieron buenos resultados con el injerto de melón, de hecho, José Ruiz, responsable de melón piel de sapo de Agroponiente, comenta que "lo mejor fue que la fruta salió con mucha calidad, además de que cuajó muy bien y el azúcar estaba en sus cifras exigidas. Esperamos que este año se vean los mismos resultados".

Asimismo, el injerto de melón se puede llevar a cabo en todas las variedades, ya que el proceso de producción es prácticamente igual que el convencional. El único cambio que se observó la pasada campaña, según José Ruiz, "fue que el grado de azúcar lo termina de coger una semana más tarde de lo habitual, pero éste es un dato con el que contábamos desde el principio, por lo que no tuvimos ningún problema".



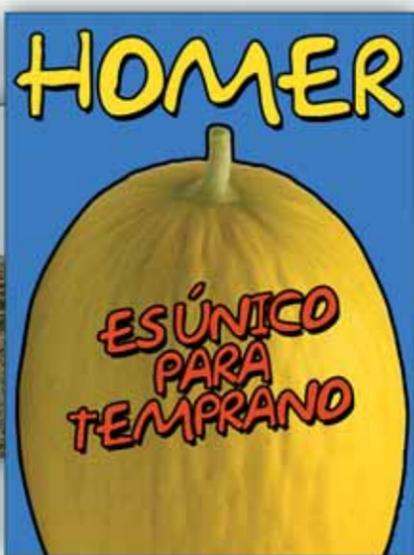
La producción de melón está mejorando en los últimos años gracia al injerto. / FHALMERIA

Esta práctica de cultivo en sandía es más conocida y habitual en la provincia almeriense, ya que desde hace años se está emplean-

do en casi el 100 por ciento de la producción. Su alta resistencia a enfermedades de suelo, su vigorosidad y buenas cifras de pro-

ducción por metro cuadrado son las principales características que han hecho del injerto de sandía un éxito.

Seminis.



¡Participa en el sorteo y gana!



PREMIO
Semillas para 2 Ha.



PREMIO
Semillas para 1,5 Ha.



PREMIO
Semillas para 1 Ha.

Por cada compra de 1 sobre (1.000 semillas) de Havana, Homer o Fenway conseguirás un boleto para participar en este sorteo. Rellena el boleto con tus datos y deposítalo en la urna dispuesta para ello en tu punto de venta.

EN EL INVERNADERO

“He tenido muy buenos resultados con la variedad de melón Portocarrero”

■ CIA

Juan Manzano es el dueño de un invernadero en Almería en el que se cultiva melón. Lleva 20 años trabajando con melón tipo piel de sapo y en la pasada campaña trabajó con la nueva variedad Portocarrero. Melon Today habló con él para hacer un balance de la pasada campaña y de los resultados que obtuvo con el cultivo de Portocarrero.

-¿Qué superficie tiene de melón piel de sapo?

-Tengo 20.000 metros de superficie de cultivo de melón.

-¿Qué balance hace de la campaña pasada de piel de sapo en Almería?

-Este año he cultivado una nueva variedad de piel de sapo, el Portocarrero, pero otros años he escogido otras variedades. El año pasado, por ejemplo, cultivé melón negro, pero la verdad es que en esta campaña, con Portocarrero, he tenido muy buenos resultados.

-¿Cómo afronta la próxima



JUAN MANZANO
AGRICULTOR

campaña?

-Ya no lo veo tan claro, pero esperamos que sea por lo menos como la pasada. Llevamos un tiempo arrastrando esta crisis en la que un fruto sale bien y otro sale mal. Así que no podría hacer estimaciones muy exactas.

-¿Cuál fue su experiencia con la variedad Portocarrero?

-La experiencia fue muy buena, es un melón muy bueno. El rendimiento fue bueno, y el fruto también lo fue: buen escriturado, buen color, tamaño, azúcar. Fue muy bueno. Además, la variedad se adapta muy bien al sistema de cultivo de Almería. Yo lo cultivé en una primavera más bien tardía y fue fenomenal. La comercialización fue también muy buena. Vendí los melones a un comprador cuando faltaban incluso días para el cortado y la verdad es que salieron muy bien.

-De cara a la próxima campaña, ¿seguirá trabajando con esta variedad?

-Sí. Como ya he comentado, tuve muy buenos resultados la campaña pasada, así que repetiré. Además del buen tamaño y el buen color, no se estropearon. El problema del melón tipo piel de sapo es que se suele rajarse y, en comparación con otras variedades, con el cultivo de Portocarrero se me extraviaron muy pocos frutos.

EXPERIENCIA

“Potocarrero me dio un rendimiento muy bueno, con frutos de gran calidad y un alto grado de azúcar”

■ CIA

Manuel Funes es el dueño de una explotación almeriense en la que desde hace 25 años se cultiva melón tipo piel de sapo. Dispone de una superficie de 1,5 hectáreas y la pasada campaña trabajó por primera vez con la nueva variedad Portocarrero. En una entrevista con Melon Today el Sr. Funes ofrece su balance de la temporada y evalúa los resultados obtenidos con el cultivo de Portocarrero.

-¿Qué balance hace de la campaña pasada de piel de sapo en Almería?

-El año pasado, la campaña estuvo marcada por el frío y la lluvia y fue difícil sacar adelante las plantaciones. Cuando empezamos a recoger los frutos, la situación del tiempo mejoró y además el precio del melón era bastante favorable. Finalmente, en

general los resultados fueron bastante buenos.

-¿Cómo afronta la próxima campaña?

-En Almería, el mercado del melón está siendo cada vez más estable. Para obtener un buen nivel de azúcar se cortan los frutos más maduros y están teniendo más salida en otros mercados. La calidad de los melones está siendo muy buena en los últimos años, a nivel de corte y de azúcar. Por eso creo que la próxima campaña irá bien.

-¿Con qué variedades trabajó el año pasado en Almería?

-Trabajé con 2 variedades: con el melón Valverde y con el Portocarrero. Con Valverde ya llevo muchos años trabajando, pero con Portocarrero era la primera vez. Ahora puedo decir que es un muy buen melón que se adaptó perfectamente a mi sistema de cultivo. Es un melón más fuer-

te, tiene un buen escriturado, no tiene problemas de agrietarse, las matas son más frondosas que las de Valverde y los frutos más alargados de un tamaño entre 2.5 kg y 3.5 kg. Algunos frutos pesaban 4 kg. Portocarrero me dio un rendimiento muy bueno, ya que la producción que obtuve fue de 6 kg por metro, con frutos de muy buena calidad y con muy buen nivel de azúcar. Su maduración fue 2 ó 3 días antes que la de Valverde.

-¿De cara a la próxima campaña, ¿seguirá trabajando con esta variedad?

-Sí, porque es una variedad que no me ha dado ningún problema. Es un melón que me dio muy buen rendimiento y es de fácil manejo. A la hora de la floración, también se desarrolló muy bien, así que, la próxima campaña, me gustaría volver a trabajar con Portocarrero.

MANUEL FUNES
AGRICULTOR



PORTOCARRERO

“El Almeriense de Primera”



syngenta.

PIEL DE SAPO

Rijk Zwaan apuesta por plantaciones tempranas con Somontiel y Reymiel

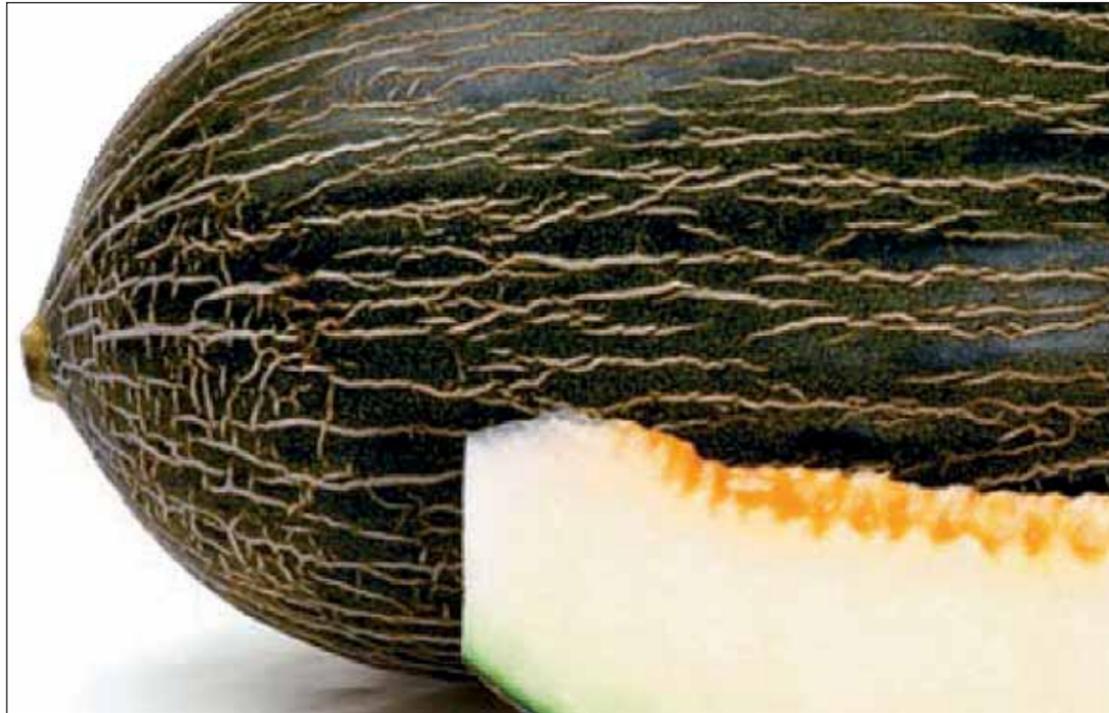
ESTA CAMPAÑA ES LA PRIMERA QUE ESTÁN EN EL MERCADO. TIENEN UN CALIBRE DE 3,5 KG Y UN ESCRITURADO LONGITUDINAL

■ Elena Sánchez

La casa de semillas Rijk Zwaan está inmersa en la campaña agrícola almeriense y apostando fuerte por la comercialización de semillas de melón, un fruto que a partir de enero empezará a estar presente en los invernaderos de la provincia. De hecho, desde la entidad trabajan con todos los tipos de melón: amarillo, Galia, Cantaloup y piel de sapo. En este sentido, para ayudar a que el agricultor obtenga buenos frutos y un alto precio a la hora de la comercialización de los mismos, Rijk Zwaan ha presentado sus novedades de cara a esta campaña. En primer lugar, y donde más nombres nuevos hay, es en el melón piel de sapo que cuenta con dos incorporaciones a su catálogo. La primera de ellas es Somontiel RZ, un fruto para plantaciones tempranas de enero y primeros de febrero y con mucha vigorosidad durante todo el ciclo de producción. Este vigor alto permite dar unos frutos de 3,5 kilos, un calibre idóneo para su comercialización. Asimismo, el responsable de melón de Rijk Zwaan, Alberto Domingo, añade que “este tipo de melón se escritura con facilidad y coge muy bien el azúcar en la época temprana”. En segundo lugar, otra novedad incorporada este año es Reymiel RZ, una planta más abierta y “no tan vigorosa como la anterior, por eso la recomendamos desde finales de enero a febrero. Tiene una facilidad de corte espectacular y su manejo durante el ciclo de producción es muy fácil”, explica Domingo. Además, añade que “es un melón con una piel más pálida que Somontiel RZ y también coge unos 3,5 kilogramos. Su escriturado es longitudinal y el sabor muy bueno, quizás mejor que el anterior”.

MANEJO POCO COMPLICADO

En ambas novedades, Alberto Domingo ha coincidido que el manejo de la planta no es nada complicado para el agricultor. Además, en cuanto a hormonas, explica que “estas plantas no necesitan ningún tra-



■ Los nuevos productos de la casa de semillas destacan por su gran vigorosidad. / FHALMERIA

tamiento especial ni darle tres o cuatro pases. Es más, si el agricultor quiere echarle hormonas puede darle un pase suave y con él ya salen los melones, por lo que no hace falta que esté muy pendiente del desarrollo del fruto”. Y, en tercer lugar, está el melón Sucrel RZ, un fruto ya conocido por los agricultores. Este año es el primero en comercialización con Somontiel RZ y Reymiel RZ, ya que la campaña pasada fue de pruebas. “Los agricultores salieron muy contentos con estos melones y nos han animado a que sigamos apostando por ellos. Por este motivo, podemos decir que todo el ciclo de Almería lo cubrimos perfectamente con estos tres frutos”.

MELÓN GALIA

Por otro lado, en cuanto al melón Galia, Rijk Zwaan también ha presentado una novedad que estará en pruebas este ejercicio. Se trata del número 34/200 y que ya el año pasado dio muy buenos resultados. Al respecto, Alberto Domingo indica que “se trata de un melón para plantaciones tempranas, es decir, para enero. Además, cuando vira de color ya ha cogido todo el azúcar y es un larga vida con una postcosecha muy buena, ya que a los 12 días aún se mantiene igual que cuando lo recolectamos. También tiene un calibre perfecto de 900 gramos o un kilo y una plantación idónea. En cuanto a su tamaño, coge el esperado por el agricultor con mucha facilidad”.

Desde la casa de semillas han destacado que el melón Galia más



■ Dos nuevos melones de gran calidad. / FHALMERIA

trabajado en la provincia de Almería es el larga vida, ya que es el que mejor se adapta a las condiciones climáticas de esta tierra así como a las condiciones de trabajo de los agricultores.

CANTALOUP

En lo que respecta al melón Cantaloup, Rijk Zwaan presenta este año un nuevo número, el 34/402. Se trata de un fruto para su plantación temprana y cuenta con un calibre muy parecido al Galia, es decir, de unos 800 gramos. Según Domingo, “este melón es muy precoz y coge el azúcar una semana antes que el resto de variedades que se cultivan en la provincia. Es un fruto que llega a los 12 ó 13 grados Brix e incluso

más”. De hecho, el responsable de melón de Rijk Zwaan explica que el hecho de que sea un melón muy precoz favorece bastante a su comercialización, ya que los franceses están procurando cada vez más que su melón llegue antes, sin embargo, nunca van a poder alcanzar las precocidades de Almería. Por este motivo, los primeros kilos siempre tienen un muy buen precio para el agricultor”.

A pesar de que cada año disminuyen las hectáreas de producción del melón Cantaloup en Almería, las casas de semillas siguen trabajando con este tipo puesto que el mercado está estabilizado desde hace unos años. De hecho, Alberto Domingo indica que “años anteriores habría en Almería unas

En amarillo, sigue la apuesta por Azafrán RZ

■ E. S. G.

La casa de semillas Rijk Zwaan sigue mostrando toda su confianza dentro del melón amarillo a Azafrán RZ. De hecho, desde la entidad han dado a conocer que este tipo de fruto es ya muy bien conocido por los agricultores por su fuerte color amarillo canario. Asimismo, Rijk Zwaan recuerda que se trata de una planta fuerte de entrenudo medio con buena cobertura foliar. Su cuaje es bastante fácil en diversas condiciones. En cuanto al resultado final del producto, se trata de un fruto oval con piel algo rugosa amarilla dorada en maduración, lo que le lleva a tener una gran atracción en el mercado tanto nacional como internacional. Además, su interior destaca por su carne blanca consistente con elevado nivel de azúcar. En cuanto a los ciclos de producción, este melón está creado para plantaciones medias, tanto en invernadero, como al aire libre.

Otros melones amarillos que también están dentro del catálogo de Rijk Zwaan son Amaral RZ, Ducral RZ, Natal RZ, Pekin RZ y Solete RZ. Este último se caracteriza por tener una planta fuerte de fácil cobertura e ideal para cultivos al aire libre, así como por su sabor tradicional y buena conservación.

1.000 hectáreas de Cantaloup y este año hemos podido bajar a las 700 hectáreas, sin embargo, desde Rijk Zwaan seguimos apostando por este fruto porque cooperativas y empresarios tienen sus clientes fijos que siguen demandado Cantaloup”.

Una de las diferencias que se han notado con el paso del tiempo en la producción de este tipo de melón en la provincia de Almería es que se ha pasado de cultivar Cantaloup liso a sembrar Cantaloup escriturado. El principal motivo de este cambio es, según Alberto Domingo, que “el escriturado aguantaba mucho mejor el manipulado desde el origen hasta el destino. Esto ha llevado a que la producción de escriturado haya incrementado en detrimento del liso”.

RIJK ZWAAN

Melón de Autor y 'Mellíssimo', dos nuevos conceptos de calidad, sabor y tamaño

■ Elena Sánchez

Los mercados y los consumidores cada vez son más exigentes a la hora de darle un '10' al fruto que adquieren. Por este motivo, la casa de semillas Rijk Zwaan está involucrada en varios proyectos cuyos objetivos son potenciar la calidad, el sabor y el tamaño de los melones. En este sentido, Melón de Autor es una marca desarrollada para llegar al consumidor. Lo innovador de este melón piel de sapo, conocido con el nombre de Mabel RZ, según explica Diego Maestre, responsable de Melón de Autor de Rijk Zwaan, es que se trata de "una marca en comercialización entre una casa de semillas que se dedica a la genética de horticolas con dos comercializadoras (GREYPE y Juan José Ponce). De hecho, esta iniciativa es la primera que se lleva a cabo con melón en España". Entre las características más destacadas de este fruto está que es una marca monovarietal, es decir, "cada vez que consumes un melón con esta etiqueta, te estás co-



■ Stand de Melón de Autor en Fruit Attraction 2010. / FHALMERÍA

miendo un fruto que pertenece a una sola variedad, es decir, que si te gusta hoy, pasado mañana el que te compres te va a gustar se-

guro". En estos momentos, Melón de Autor se está comercializando únicamente en España y Portugal y se produce en las zo-

nas de la Mancha y Murcia. De hecho, para que un melón pueda llevar la etiqueta de Melón de Autor, Maestre indica que "debe cumplir un protocolo estricto que establece que el producto debe tener un mínimo de 14 grados Brix, una carne blanca y crujiente, piel bien escriturada y con un fondo dorado, la forma debe ser almendra y su tamaño tiene que estar entre los 2,5 y los 3,5 kilogramos".

COMERCIALIZACIÓN

Durante la pasada campaña se llegó a comercializar, entre España y Portugal, un millón de kilos, aunque para este año "tenemos intención de que esa cifra se aumente, por lo que vamos a estudiar la posibilidad de incorporar nuevos socios. Por ahora, hemos hecho pruebas de proyección en Brasil y Senegal para poder contar con melón durante todo el año y que cuando en España no sea la época de producción, podamos traer melones con esta etiqueta de otros países".

Por otro lado, Rijk Zwaan también quiere potenciar 'Mellíssimo', un concepto de melón piel de sapo cuya única variedad hasta el momento es Ricura RZ. Este melón se dirige únicamente a los puntos de venta y se caracteriza por ser un fruto de dos kilos de tamaño, piel escriturada y un nivel mínimo de azúcar de 15 grados Brix. Su carne, al igual que Melón de Autor, es blanca y crujiente.

El motivo del nacimiento de esta variedad es, según comenta Diego Maestre, porque en "el Norte de Europa, todos los consumidores buscan un piel de sapo pequeño y en la actualidad el único fruto que reciben así es un melón de variedad cualquiera pero que las últimas flores son más pequeñas, por lo que el tamaño del melón es también pequeño, aunque, eso sí, de menos calidad y azúcar". Por este motivo, Rijk Zwaan ha lanzado 'Mellíssimo', primer melón que tiene la primera genética diseñada para que tenga este tamaño de dos kilos.

El objetivo que se pretende lograr con esta variedad es obtener producción exclusivamente para la demanda que se obtenga del Norte de Europa y satisfacer, así, las exigencias de clientes en potencia.

Somontiel RZ

El dulce más temprano



Compromiso de Protección



GrupoTPM

Los Plásticos de Almería



Comarcas

CONSISTORIO EJIDENSE

Juan Enciso asegura que podría sacar a concurso 'Ejido Medio Ambiente'

EL PSOE DEL MUNICIPIO, SIN EMBARGO, INSTA AL ALCALDE A SOLUCIONAR "LOS PROBLEMAS QUE LA MALA GESTIÓN ESTÁ OCASIONANDO"

Rafa Villegas

El alcalde de El Ejido, Juan Enciso, ha asegurado en un Pleno Ordinario que en el supuesto de que se agrave la situación del campo sacarán "a concurso urgente la planta Ejido Medio Ambiente u otra planta". Y es que, como ha afirmado el regidor ejidense, "los actuales titulares no tienen una concesión en sí, sino que existe sólo un convenio que es el que lo permite".

Enciso ha explicado, además, cómo "hablamos con varios recogedores de residuos privados pero como la empresa que gestionaba anteriormente la planta denunció ante la Fiscalía que se estaban haciendo acopios en la misma planta, ello ha llevado a que nadie quiera hacer ese servicio".

Por otra parte, ante la preocupación de un elevado número de ciudadanos ejidenses por saber si serían tóxicos los gases que desprenden los residuos vegetales que se han quemado, la Junta de Andalucía ha adelantado que "no lo son".

Respecto a la situación actual, la portavoz del Grupo Socialista del Ayuntamiento de El Ejido,



La planta de reciclaje el primer día del incendio. / FHALMERÍA

Guadalupe Fernández, le ha demandado al equipo de Gobierno que busque una solución definitiva al problema de la gestión de los residuos vegetales, "un

problema muy grave para nuestro municipio porque los ciudadanos, después del último incendio ocurrido en la planta de Ejido Medio Ambiente, tienen que

soportar olores nauseabundos, con lo que esto implica de perjuicio tanto para nuestros residentes como para los visitantes que han venido este verano, que se han llevado una mala imagen de nuestro pueblo".

Fernández, por otra parte, también ha asegurado que "es un problema muy grave para nuestros agricultores, que no saben ya qué hacer con los restos que generan sus invernaderos, en plena producción en este momento, a pesar de que siguen pagando por acceder a este servicio".

Asimismo, la portavoz del Grupo socialista ejidense ha explicado que "la difícil situación a la que ha llegado la gestión de los residuos agrícolas es una muestra más de que este equipo de Gobierno no está prestando atención a los problemas reales que afectan a nuestro pueblo, porque si lo hubieran atajado desde el principio, no habríamos llegado al punto de que los agricultores no sepan qué hacer con los restos ni que soportemos malos olores".

La mejor selección para el mercado europeo

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

COMUNIDAD DE REGANTES SOL Y ARENA

Un grupo de comuneros solicita la convocatoria de una asamblea extraordinaria

■ J. E. R.

Un grupo de comuneros de Sol y Arena ha solicitado al presidente, con la aportación de cerca de 300 firmas, la convocatoria de una asamblea extraordinaria para el próximo 10 de diciembre. Según explicó el representante del colectivo, Juan Antonio Gutiérrez, “el total de firmas presentadas supone más del 8% del total de asociados que exigen los estatutos para que se convoque dicha asamblea”. Por tanto, “el presidente está obligado a convocar”, asegura Gutiérrez.

Aunque ya han iniciado las diligencias previas por vía judicial para impugnar las últimas elecciones celebradas, al entender que se “produjeron irregularidades en el proceso electoral”, la intención es la de “informar a los comuneros sobre los acontecimientos ocurridos en las elecciones -para lo que contaremos con la presencia de un abogado que lleva el asunto- y que la masa social decida si ha habido frau-

de o, por el contrario, considera que todo está en regla”, mantiene Gutiérrez.

El representante de los comuneros insiste en que “nuestra intención no es gritar ‘Romero vete ya’, sino que lo que queremos es que todo lo que se lleve a cabo en la comunidad sea transparente, que se convoquen elecciones y que el colectivo tenga la posibilidad de presentar candidaturas”. Este grupo de comuneros llevará a votación -si la Comunidad accede a la convocatoria de asamblea extraordinaria- la impugnación de las elecciones.

“Tenemos la sensación de que lo que pretende el actual presidente es que nos veamos en los tribunales y, de esta forma, conocedor de que la vía judicial se prolonga en el tiempo, agarrarse al sillón todo el tiempo que le sea posible”, expone Gutiérrez, añadiendo que, precisamente, “esta situación es la que queremos evitar con la celebración de la asamblea extraordinaria, única forma de dar marcha atrás en el proceso judicial abierto”.

PRESUPUESTOS 2011

Cinco millones de euros para mejora del regadío en la provincia de Almería

■ J. E. R.

La consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía contará con una partida de cinco millones de euros en su presupuesto de 2011 para invertir en la mejora de infraestructuras de regadío de la provincia de Almería, lo que “doblaría la cantidad total destinada durante el ejercicio de 2010”, destaca el delegado provincial de Agricultura y Pesca, Juan Deus.

Hace unos días, la Junta de Andalucía entregaba una subvención que supera los 2,8 millones de euros a la Comunidad de Usuarios de Aguas de la Comarca de Níjar para la tercera fase de las obras de modernización y consolidación de regadíos de

la zona. Asimismo, Deus también entregaba, recientemente, otra resolución con un nuevo incentivo público a otro colectivo de regantes.

ZANJA DE LA UMBRÍA

En relación a una de las últimas actuaciones llevadas a cabo, los beneficiados han sido los regantes de la comunidad Zanja de la Umbría, que han recibido una subvención de 134.600 euros para sustituir acequias a cielo abierto y canales viejos por mil metros de tubería de PVC. Esta ayuda cubre el 90% de la inversión que deben realizar los 80 comuneros que cultivan 33 hectáreas de superficie en los municipios almerienses de Fines y Cantoria.

REIVINDICACIONES AGRARIAS

ASAJA amenaza con otra oleada de movilizaciones

LOS PRODUCTORES REPROCHAN LA AUSENCIA DE APOYOS A LA CONTRATACIÓN DEL SEGURO AGRARIO DE LAS EXPLOTACIONES

■ José Esteban Ruiz

La política que practica el Gobierno andaluz no es del gusto de las organizaciones de productores. El recorte presupuestario y la ausencia de apoyo para algunas cuestiones agrarias han provocado la reacción de ASAJA y COAG, hasta el punto de que los primeros ya anuncia nuevas movilizaciones en contra del Ejecutivo andaluz si la Ley de Presupuestos sale adelante sin tener en cuenta sus peticiones. Ambas organizaciones critican la ausencia de apoyo económico para la contratación de seguros agrarios. Así, los jóvenes agricultores no entienden que “después de 30 años en los que se ha incentivado la contratación de seguros para las explotaciones se suprima este apoyo de la Consejería de Agricultura y Pesca al campo andaluz”. “Los agricultores y ganaderos van a tener que pagar por el despilfarro y la falta de previsión de nues-

tra Administración Pública”, mantienen desde la organización, afirmaciones que completan asegurando que “los productores quedan abandonados a su suerte, dado que el Ejecutivo que preside Griñán pretende hurtarles, vía presupuestos, los escasos apoyos que hasta ahora recibían del Gobierno de Andalucía”.

El director de ASAJA en Andalucía, Vicente Pérez, ha señalado que “los productores andaluces soportarán un aumento de la presión fiscal superior al 40% y unos sobrecostes en las tasas y en el precio de inputs básicos en las explotaciones de riego como el agua o la energía, de más de un 70% en el caso del agua y de más de un 300% en el caso de la energía, mientras que contemplarán atónitos las escasas medidas planteadas por la Consejería de Agricultura para potenciar este sector, que se minimizan hasta el ridículo o incluso desaparecen, tal y como ocurre con el apoyo a los seguros agrarios”.

Por otra parte, las organizaciones agrarias también reprochan al Gobierno autonómico que en los Presupuestos se hayan reducido las dotaciones económicas destinadas a llevar a cabo acciones de

fomento de la modernización de las explotaciones y de la incorporación de jóvenes. Al respecto, del secretario de Organización de COAG, Eduardo López, ha matizado que “se ha reducido un 27%, lo que pone en peligro los esfuerzos dirigidos a aprovechar nuestras ventajas comparativas y nuestro relevo generacional”. Además, el responsable de la Coordinadora Agraria lamentó que tampoco el avance en la concentración de la oferta se vea favorecido por el apoyo público, ya que “en los presupuestos se reduce un 70% la dotación dirigida al aumento de la dimensión de las empresas y cooperativas del sector”. Según López, “en un momento en el que la actividad económica se desploma y el desempleo se dispara, la agricultura y la ganadería se revelan como refugios para el empleo, manteniendo sus índices de productividad y manteniendo su condición de economía real y sostenible”.

En COAG recuerdan que “si bien el descenso del presupuesto de la Consejería ha sido del 9,4%, en realidad los fondos propios se han reducido en un 68,5%, pasando a quedar por debajo de los 86 millones de euros.

INFORME AGRARIO 2009 UNICAJA

El sector hortofrutícola manda en la producción de Andalucía

■ J. E. R.

Unicaja presentó recientemente su informe agrario de la actividad andaluza, destacando la aportación de Almería en el conjunto de la agricultura y ganadería que se lleva a cabo en el territorio andaluz. En el informe se recoge que “Almería continúa siendo, otro año más, la provincia que realiza una mayor aportación al valor nominal de la producción agrícola andaluza, con casi 1.850 millones de euros, que suponen el 26% de la producción regional, siendo también la que ha registrado una menor disminución, un 7,4% en valores nominales menos”. La producción agrícola andaluza ha alcanzado, según el informe de Unicaja, los 7.122,26 millones de euros, con una caída en torno al 20% respecto a 2008,



■ Cultivo de pimiento. /FHALMERÍA

como consecuencia tanto de un fuerte descenso de los precios (-12,9%), como de las producciones (-8,5%), tendencias observadas en los dos principales cultivos. En el apartado de renta agraria, el informe contempla que Al-

mería también es la provincia andaluza que más aporta, superando ligeramente los 1.700 millones de euros, lo que supone el 21,6% de la renta andaluza, pese al descenso del 3,1% registrado con respecto al año 2008. Según estimaciones de Analistas Económicos de Andalucía, la renta agraria en la Comunidad Autónoma andaluza, valorada en términos nominales, ha superado ligeramente los 7.880 millones de euros en 2009, lo que supone una caída del 9,8% respecto a 2008, año en el que la renta creció casi un 5%.

En la presentación del Informe Anual del Sector Agrario en Andalucía 2009 que elabora Unicaja se contó con la presencia de la consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera.

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



NIJAR

La muerte de un agricultor reabre el debate sobre la seguridad en el campo

LAS ORGANIZACIONES AGRARIAS INSISTEN EN QUE HACE FALTA MÁS VIGILANCIA Y EL AYUNTAMIENTO AFIRMA TRABAJAR YA EN ELLO

■ Isabel Fernández

La muerte de un agricultor el pasado 25 de octubre en su finca de San Isidro ha reabierto el debate sobre la seguridad en el campo. Según indicaron desde COAG-Almería nada más conocer el suceso, el agricultor "podría haber perdido la vida a manos de un ladrón" y añadieron que, de hecho, para evitar hurtos, "llevaba varios días vigilando". Este trágico suceso ha reavivado un problema que, sobre todo en las últimas campañas, parece estar convirtiéndose en endémico en la provincia. Y es que el desempleo y la falta de recursos, en muchos casos, inciden de forma directa en el incremento del número de robos en las explotaciones.

Desde las organizaciones agrarias de la provincia reivindicaron, una vez más, el aumento de vigilancia en las zonas rurales para evitar que, como en el caso del agricultor fallecido, sean los propios productores quienes asuman el riesgo de mantener 'a salvo' sus fincas. De este modo, desde COAG-Almería exigieron a la Subdelegación de Gobierno en Almería "más medios para garantizar la seguridad en el campo almeriense y una mayor sensibi-



■ Los robos vuelven a estar 'a la orden del día'. / FHALMERÍA

lización con el tema al objeto de que no se vuelvan a repetir hechos como éste".

Por su parte, desde ASAJA en la provincia también insistieron en que "se intensifiquen las actuaciones de vigilancia y se trabaje de forma coordinada con las

diferentes administraciones para que los efectivos existentes puedan estar más presentes en el campo". Asimismo, recordaron a los agricultores la importancia que tiene denunciar los robos, ya que "la comunicación y colaboración con los agentes puede resultar

esencial a la hora de esclarecer un robo y encontrar a los culpables".

En este mismo sentido se manifestaron desde la Subdelegación del Gobierno en Almería y el Ayuntamiento de Níjar. En un comunicado conjunto, ambas administraciones insistieron en "la importancia de que los agricultores colaboren con la Policía Local y la Guardia Civil, denunciando o poniendo simplemente en su conocimiento cualquier actitud irregular que detecten y se comunique cualquier sospecha de hecho ilícito del que tengan conocimiento". Asimismo, agradecieron "la colaboración que vienen prestando las organizaciones agrarias".

TRANQUILIDAD

Por otro lado, desde el Consistorio nijareño llamaron a la tran-

quilidad y recordaron que mantienen una estrecha colaboración con la Subdelegación en materia de seguridad, gracias a la cual "la coordinación entre la Guardia Civil y la Policía Local de Níjar está resultando efectiva en la prevención de actuaciones delictivas en el municipio y, particularmente, en la vigilancia de zonas rurales", que suponen, de hecho, casi el 80% del término municipal.

Por último, tanto las administraciones como las propias organizaciones agrarias insistieron en la importancia de que los agricultores no pongan en riesgo su vida, siendo ellos mismos quienes se hagan cargo de la vigilancia de sus propias fincas, sino que se dirijan a las autoridades cuando tengan indicios de alguna actividad delictiva. Así, ASAJA-Almería recordó a los agricultores "que denuncien siempre que se produzcan robos o destrozos en la finca, por pequeños que sean, e igualmente si observan algún movimiento sospechoso", pero, sobre todo, "que nunca pongan en riesgo su propia integridad física".

Precisamente en las denuncias se encuentra una de las claves para poder incrementar el número de efectivos de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado en las zonas rurales de la provincia y, de este modo, evitar hechos que pueden acabar en tragedia. Para ello, las organizaciones agrarias recordaron la existencia de una dirección de correo para denunciar.

El Ayuntamiento convocará la Junta Local de Seguridad

El alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez, anunció la convocatoria, "a la mayor brevedad posible", de la Junta Local de Seguridad. A su juicio, tras el fallecimiento del agricultor de San Isidro, "todos tenemos algo que decir, ideas que proponer para aumentar la

seguridad en nuestro campo" y, por ello, afirmó que "Subdelegación, agricultores y Ayuntamiento debemos continuar coordinados en la protección de la agricultura y, por eso, creo importante que nos sentemos a debatir en el seno de la Junta Local de Seguridad

las acciones conjuntas a desarrollar".

De momento, no hay fecha concreta para la celebración de esta Junta, sin embargo, desde el Consistorio insistieron en que ésta no se hará esperar. La seguridad en el campo sigue siendo una de las mayores preocupaciones de los agricultores y un problema que hay que atacar cuanto antes. Los productores no deben estar expuestos a hechos como el que acabó con la vida de uno de ellos.

COMUNIDAD DE USUARIOS DE LAS AGUAS DE LA COMARCA DE NIJAR

La Junta aporta 3 millones para la conclusión de las obras en marzo

■ I. F. G.

La secretaria general de Medio Rural y de la Producción Ecológica de la Junta, Mabel Salinas, entregó recientemente 2'86 millones de euros a la Comunidad de Usuarios de las Aguas de la Comarca de Níjar (CUCN) para la finalización de la tercera fase de las obras de modernización y consolidación de regadíos de esta comarca. La aportación de la Junta es, según Salinas, "una subvención de carácter excepcional que

se ha concedido atendiendo al interés social y la utilidad pública de la actuación, por la importancia que tiene para los regantes disponer de agua adecuada y la propia limitación de los recursos económicos de los comuneros".

En total, el coste de las obras de la tercera fase, que se prevé concluyan en marzo de 2011, supera los 11 millones de euros, financiados al 50% entre SEIASA y la CUCN. En esta tercera fase, que mejorará el riego de 3.300 hectáreas de cultivo, se instalará

un sistema de telecontrol que permitirá una programación flexible y automatizada del riego, así como bombeos e impulsiones.

Por otro lado, el alcalde de Níjar, Antonio Jesús Rodríguez, presente en el acto de entrega de la subvención junto con el presidente de CUCN, Antonio López, comentó que, "hoy -por el día del acto- es un día importante para la Comunidad de Regantes y para el conjunto del municipio, ya que esta subvención permitirá que el agua llegue a todos sus rincones".



■ Con esta III fase concluyen las obras. / FHALMERÍA

NUEVO EJERCICIO



■ Almería es la segunda provincia andaluza en producción de mandarina. / FHALMERÍA

El sector citrícola de Almería crecerá un 25 por ciento en producción esta campaña

■ Elena Sánchez

El sector citrícola de la provincia almeriense prevé incrementar un 25 por ciento su producción en esta campaña 2010/2011 que apenas ha hecho nada más que empezar. En este sentido, según datos de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, en total, se estima una producción de 239.564 toneladas, entre mandarina, naranja dulce, naranja amarga, limones, pomelos y otros. El producto que más va a ver su incremento de una campaña a otra es la mandarina que llegará a las 67.801 toneladas, es decir, un 176 por ciento más que el año anterior. Por detrás, Agricultura establece que se encuentran los limones, este año con un total de 42.408 toneladas, es decir, un 52,7 por ciento más que la campaña pasada. En tercer lugar está el pomelo con 730 hectáreas y la naranja amarga, con

277 hectáreas. Por su parte, los datos ofrecidos por la Consejería de Agricultura y Pesca otorgan el aspecto negativo a la naranja dulce que va a experimentar un descenso en la producción del 7,3 por ciento, por lo que se espera que para este ejercicio haya un total de 126.988 toneladas.

LIMÓN

En cuanto al comienzo de ejercicio del limón, Diego Castaño, responsable de cítricos de ASAJA-Almería, comenta que "por ahora está yendo todo bien y el precio también es bueno en estos momentos, ya que está entre los 30 y los 50 céntimos de euro el kilo en el árbol, unos precios bastante decentes". Además, "creemos que la campaña va a ser muy buena este año", indica Diego Castaño. Según la información ofrecida por la Consejería de

Agricultura, el aumento de producción de cítricos prevista para este año en Almería se debe sobre todo a las nuevas variedades de mandarina y a que la tecnificación de las explotaciones ha aumentado su rendimiento. De hecho, gracias a estas mejoras, la provincia se ha convertido en la segunda provincia andaluza en producción de mandarina, con un 23 por ciento y por detrás de Huelva que es la primera productora con un 49 por ciento del total. Igualmente, Almería es la segunda productora de limón en la Comunidad andaluza con un 33 por ciento del total, por detrás de Málaga, con un 65 por ciento. Estos datos confirman que entre las dos provincias producen el 98 por ciento del total. En lo que respecta a las naranjas, la provincia almeriense es la cuarta productora de Andalucía con un 11 por ciento del total.

SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO

Bodegas y Viñedos Laujar, Premio 2010 Mezquita de Oro



■ Foto de familia de los galardonados de este año.

■ E. S. G.

Bodegas y Viñedos Laujar ha recibido el premio Mezquita de Oro con el vino Cepa Bosquet Syrah Barrica 2009, de la Denominación de Origen Vino de la Tierra Laujar-Alpujarra. El concurso nacional de vinos Premio Mezquita es uno de los más prestigiosos de España. En su XVI convocatoria reunió a 36 autorizados catadores cuya misión fue elegir, de entre 479

muestras procedentes de 180 bodegas de 44 zonas de España. La entrega de los premios se llevó a cabo el pasado 28 de octubre en el Palacio de la Merced, en Córdoba. Los encargados de recoger el galardón por parte de la bodega almeriense, que ha sido galardonada por segundo año consecutivo en este certamen nacional, fueron Gabriel Bosquet, presidente de la entidad, y Virginia Bosquet, enóloga.

JUNTO A IFAPA

Cuatro Vegas organiza una jornada sobre reutilización de aguas regeneradas

■ E. S. G.

La comunidad de regantes Cuatro Vegas ha organizado una jornada desarrollada por expertos del centro IFAPA de La Mojonera y relacionada con la 'Reutilización de aguas regeneradas en cultivo de pimiento'. El objetivo principal de esta jornada ha sido divulgar los resultados obtenidos en el proyecto de investigación INIA RTA2006-00032-00-00 que se ha desarrollado en La Cañada entre los años 2007 y 2010. Así, este acto contó con una primera parte formada por tres ponencias. La primera exposición

trató sobre los 'Resultados y aplicación a la gestión de la fertilización del cultivo de pimiento', mientras que la segunda ponencia fue acerca de la 'Evaluación de contaminantes orgánicos y minerales y su efecto sobre el sistema agua-suelo-planta', concluyendo esta primera parte de la jornada con la ponencia 'Evaluación de la contaminación microbiológica y su efecto sobre el sistema agua-suelo'. Entre las conclusiones del día se puso de manifiesto que la reutilización de las aguas regeneradas es vital para el riego de los cultivos hortícolas bajo plástico.

DESARROLLO RURAL

■ J. E. R.

Hasta la fecha, desde la pasada primavera cuando se inició el nuevo programa 'LiderA', marca con la que se identifica en Andalucía a las políticas del nuevo marco de Desarrollo Rural, los cinco grupos establecidos en la provincia han aprobado 180 proyectos a empresarios y emprendedores, que con una inversión de unos 30 millones han contribuido al mantenimiento y creación de más de 500 empleos, según las cifras ofre-

Los GDR de la provincia almeriense facilitan la realización de 180 proyectos con una inversión de 30 millones de euros

cidas por María Isabel Salinas, secretaria general de Medio Rural y la Producción Ecológica de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, durante su intervención en las sextas Jornadas Micológicas que se han celebrado en el municipio almeriense de Abila. En este sentido, destacar que del total investi-

do, alrededor de 14 millones de euros corresponden a aportaciones públicas.

JORNADAS

La responsable andaluza del Medio Rural y la Producción Ecológica inauguró las jornadas acompañada del alcalde de la lo-

calidad abulense, José Manuel Ortiz y mantuvo una reunión con los representantes de los cinco Grupos de Desarrollo Rural de la provincia de Almería, en el cual destacó Salinas que "los GDR han logrado que en Andalucía, a diferencia de otras comunidades autónomas, no se pierda ni un solo pueblo por des-

poblamiento". En la primera fase del programa 'LiderA', es decir, hasta 2011, los diferentes grupos para el desarrollo rural de la provincia almeriense cuentan con un presupuesto total de 20,5 millones de euros para ayudar a llevar a cabo proyectos generadores de riqueza y empleo en las zonas rurales de la provincia. La asignación para la segunda fase, que abarcará hasta 2015, "tiene previsto que se lleve a cabo a través de un fondo público similar".

LOS VÉLEZ

Casi 478.000 euros para reparar varios caminos rurales

I. F. G.

Varias administraciones invertirán más de 479.000 euros en la mejora y acondicionamiento de caminos rurales en los municipios de Vélez Blanco y María. En concreto, en el caso de la primera de estas localidades, será la Diputación Provincial la que invierta algo más de 305.000 euros en el arreglo de varias vías rurales, tal y como anunció el portavoz del equipo de Gobierno, Luis Pérez, al término de una Junta de Gobierno celebrada a finales del pasado mes de octubre.

En el caso de María, la Consejería de Agricultura y Pesca ha concedido una ayuda de 174.000 euros para el acondicionamiento de casi 5 kilómetros de vías rurales, las que unen los cortijos de La Puerca y La Loma del Águila. Esta ayuda supone el 73% del presupuesto que el Consistorio del municipio destinará a estas obras que, en principio, habrán de estar finalizadas dentro de cinco meses. La inversión total para la ejecución de esta intervención asciende a 238.487 euros, sin IVA.

PGE

Productores de almendra dejarán de recibir 2 millones de euros en ayudas

EL SECTOR MOSTRÓ SU PREOCUPACIÓN POR LA REDUCCIÓN DE LAS SUBVENCIONES EN 2011 Y TEME POR SU POSIBLE DESAPARICIÓN

Isabel Fernández

Los productores de almendra de la provincia podrían dejar de recibir casi 2 millones de euros en ayudas si, como teme la organización agraria UPA-Almería, el Gobierno acaba eliminando las subvenciones por hectárea enmarcadas en el Programa de Mejora de Frutos de Cáscara y Algarrobas. De momento, según su secretaria general, el Ejecutivo ya ha reducido en un 26% la partida destinada a este programa en los Presupuestos Generales del Estado (PGE), que ascenderá a 12 millones de euros.

Hasta ahora, los productores recibían 241'50 euros por hectárea, pagados entre la Unión Europea (UE), el Gobierno central y las Comunidades Autónomas. Con esa reducción del 26% en los presupuestos, desde UPA-Almería consideraron que, a la larga, "la van a quitar" y esto "será muy negativo" para la provincia. Pero no



■ UPA-Almería ya estimó que la producción de esta campaña sería de apenas el 30%. / FHALMERÍA

sólo desde UPA llamaron la atención sobre los inconvenientes que esto traería para el sector.

También desde la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas Agrarias (FAECA) mostraron su "preocupación ante el futuro de las ayudas a este sector a partir de 2012". Según afirmaron, "la situación es de incertidumbre,

al no existir compromisos concretos por parte de las administraciones", a pesar de que "la consejera Clara Aguilera anunció el pasado 29 de julio que desde el Gobierno regional se defendería el mantenimiento de las ayudas directas al sector". Meses más tarde, lamentaron que "no se ha producido ningún avance".

Por último, Francisca Iglesias recordó la "difícil" situación que atraviesa el sector de los frutos secos. Un sector que, desde 2005, ha visto cómo el precio de la almendra en cáscara ha caído un 58%. Por ello, la secretaria general de UPA-Almería lamentó que este sector "está a punto de que le den la extremaunción".

FOMENTAR EL TRABAJO

El GDR Almanzora aprueba la puesta en marcha de 12 proyectos de desarrollo rural

E. S. G.

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, a través del programa 'LiderA', ayudará al mantenimiento de 41 empleos y a la generación de 40 nuevos puestos de trabajo con las subvenciones concedidas a más de una veintena de proyectos de empresarios y emprendedores de la comarca del Almanzora. Así, nueve de los empresarios y emprendedores ya han firmado los contratos, mientras que otros doce proyectos recibieron también el visto bueno por el que se les aprueba la ayuda pública. En este sentido, el consejo territorial del GDR ha aprobado una docena de expedientes con cargo al Programa 'Lider' de Andalucía, que con una subvención pú-

blica de 1,1 millones de euros, contribuirá a la puesta en marcha de una docena de proyectos que en su conjunto supondrán una inversión de 3,1 millones de euros.

Entre los expedientes aprobados por el consejo territorial del GDR Almanzora destaca el de la creación de una planta de deshuesado y taller mecánico en un secadero de jamones, que mantendrá 10 puestos de trabajo y creará 4 más. La inversión total supera los 585.000 euros y la subvención aprobada es de 241.000 euros. Asimismo, otro proyecto aprobado es el del Consorcio Español del Jamón, que ampliará y mejorará un secadero de jamones. La entidad invertirá más de 443.000 euros y recibirá una ayuda pública de casi 170.000 euros.

REGANTES

Constituida la Junta Central de Usuarios del Medio y Bajo Andarax

E. Sánchez

Alrededor de 5.000 hectáreas son las que constituyen la nueva Junta Central de Usuarios del Medio y Bajo Andarax que se certificó hace unos días en la capital almeriense. De hecho, 3.000 hectáreas pertenecen al Bajo Andarax, mientras que unas 1.500 ó 2.000 son las que forman parte del Bajo Nacimiento y el Medio Andarax. Con respecto a la constitución, por fin, de la Junta Central de Usuarios, José Antonio Pérez, portavoz de la Federación de Regantes de Almería (FERAL) y presidente de la comunidad de regantes Las Cuatro Vegas, explica que "esta acción va a permitir llevar a cabo la explotación racional y coordinada, por



■ Junta Central. / FHALMERÍA

los propios usuarios, de la totalidad de los recursos hídricos disponibles en el Medio y Bajo Andarax, optimizando el aprovechamiento de las aguas existentes en la actualidad y mejorando progresivamente su calidad y cantidad".

De hecho, para el portavoz de FERAL, esta nueva andadura, encabezada por el presidente, Cristóbal Cruz, "nos da mucha libertad, pero también muchísima responsabilidad, ya que es

una acción muy esperada por todos los regantes y ahora tenemos que responderles como se merecen, así como también a la Agencia Andaluza del Agua que es la que nos ha apoyado en todo momento". En concreto, esta medida y creación de la Junta Central de Usuarios va a soportar un movimiento total de 3.000 litros por segundo, cifras muy altas y que supone un paso adelante para los regantes de la provincia almeriense.

CRISIS

Las industrias de transformación de la leche de cabra 'asfixian' al ganadero

LES PAGAN EL GRADO DE GRASA A UN PRECIO CON EL QUE NO LLEGAN A CUBRIR NI SIQUIERA LOS EXCESIVOS GASTOS DE PRODUCCIÓN

Rafa Villegas

La situación que están padeciendo los ganaderos del caprino de leche en toda la región y el resto del territorio nacional es, cuanto menos, desesperada. Desde que se creara prácticamente un monopolio debido, como ha explicado la secretaria general de UPA-Almería, Francisca Iglesias, "a la compra por parte del grupo francés Lactalis de empresas tan importantes como Puleva, Nestquick o President", los precios a los que han vendido la leche no alcanzan para cubrir, ni tan siquiera, los costes de producción.

La situación es preocupante y las industrias transformadoras de leche de cabra, lejos de entender a los ganaderos, ponerse en su lugar y propiciar un acuerdo no han cumplido sus promesas y nada cambia. Así, por ejemplo, la organización agraria COAG, que había emprendido una serie de movilizaciones por toda Andalucía frente a las puertas de empresas como García-Baquero, han denunciado que les "prometieron un principio de

acuerdo que luego no se ha materializado por lo que nos sentimos engañados".

UPA también lo está intentando todo con tal de contribuir a solucionar el grave bache que atraviesa el sector del caprino de leche. Sin ir más lejos, el pasado 10 de noviembre organizó en Vélez Rubio una reunión de la Sectorial Ganadera con la intención de preparar los argumentos que defenderían frente a la industria en la reunión que se celebró el día siguiente en el seno de la Interprofesional Láctea.

El presidente de la Interprofesional, Román Santana, ha descrito a la perfección cuál es la situación actual. Ha asegurado que "los costes de producción oscilan entre los 50 y los 54 céntimos, mientras que el precio medio de venta está rondando entre los 38 y los 40 céntimos".

El máximo responsable de la Interprofesional Láctea considera "un error que la industria vaya por un lado e intente asfixiar a los ganaderos. Es contraproducente para ellos, ya que de lo que se trata es de que el negocio sea rentable para ambas partes".

La situación es tal que desde UPA-Almería, Iglesias ha asegurado que "o le pagan a los ganaderos lo que le tienen que pagar o ese dinero se lo van a tener



■ Ganado caprino de leche en una feria. / FHALMERÍA

que gastar en publicidad". Y es que, ha adelantado que "en el caso de que no cambie la situación se lo tendrán que gastar en publicidad porque vamos a desprestigiar sus marcas".

AVANCES INSUFICIENTES

La reunión entre Industria y productores tuvo lugar el día 11 en

Madrid y UPA no salió satisfecha del encuentro mantenido en la sede de la Interprofesional. Para esta organización, "para que la sostenibilidad del sector sea una realidad es imprescindible una recuperación de los precios de al menos seis céntimos de euro por extracto quesero, en un nivel paralelo al de otros países de la Unión Europea".

Desde UPA han reiterado, además, que "la relación comercial basada en que los industriales establezcan el precio de la leche a mes vencido tiene que acabar de forma inmediata". Y es que, según han asegurado, "mediante esta fórmula todos los beneficios que produce la cadena se obtienen exclusivamente a costa de los ganaderos".



www.fhalmería.com

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

fhalmería
Revista Agraria Mensual de la Provincia de Almería



IV y V gama

MÁS PRODUCTOS

Las tiras de pimiento y los dados de calabacín de Primaflor llegarán al mercado al inicio de 2011

■ Isabel Fernández

Las tiras de pimiento y los dados de calabacín de Primaflor estarán en el mercado a principios de 2011. Así lo afirmó su adjunto a la dirección nacional de la empresa, Jordi Estrada, quien explicó que han apostado por estas hortalizas “porque son unos productos que están muy presentes en la cocina española y eso hace que sean muy atractivos a nivel comercial”. Además, afirmó que “vamos a ofrecer un producto muy competitivo con una presentación atractiva”.

Tanto uno como otro producto se comercializará en bandejas de 250 gramos. Así, el calabacín en dados, el pimiento rojo a tiras, el verde a tiras y las bandejas de pimiento rojo y verde también a tiras estarán en el mercado “en el inicio del año 2011, dado que los días de Navidad son días muy malos para promocionar nuevos productos”. Con respecto a su mercado de destino, Estrada señaló



■ Expuso sus nuevos productos en Fruit Attraction. / FHALMERÍA

que, precisamente, “su formato hace que sea un producto destinado al consumo de los hogares españoles, pero eso no implica que podamos atacar otros canales

de distribución como el canal HO-RECA”.

De este modo, Primaflor continúa ampliando su línea de IV gama, sumando a su tradicional

lechuga estos dos últimos productos, así como tomate rallado, que comenzó a vender hace ya algo más de seis meses. La importancia de esta línea es tal que, de hecho, “representa alrededor del un 27% de nuestra facturación anual”, que asciende a unos 115 millones de euros, aproximadamente.

“HAY MERCADO”

La demanda de alimentos de IV gama va en aumento, debido, entre otras cosas, a los cambios en los hábitos de las familias españolas, e incluso, del propio modelo de familia. Pese a todo, la oferta en España de estos productos no es excesiva. En este sentido, Jordi Estrada afirmó que, en este país, “tiene que seguir creciendo el negocio de la IV gama”, sobre todo si se tiene en cuenta que “aún no estamos en un mercado maduro como, por ejemplo, el mercado de Inglaterra o Francia”. A su juicio, “esto nos hace

ser optimistas por las posibilidades de negocio aún latentes en nuestro mercado”.

Y es que las propias características del producto lo convierten en una apuesta segura. “El verdadero secreto de un producto de IV gama es la comodidad, sencillez y su uso práctico”, indicó, algo que “hace que este producto sea realmente un ‘commodity’ en los hogares habituales, donde cada vez hay menos tiempo para cocinar”. Así pues, y teniendo en cuenta que la demanda de estos productos sigue al alza, en Primaflor no paran de investigar en torno a nuevas propuestas. Sin embargo, “aún es muy pronto para avanzar las futuras novedades de nuestra empresa”.

Primaflor lleva más de 30 años produciendo y comercializando hortalizas, especialmente vegetales de hoja de I y IV gama. En el mercado de los productos procesados entró hace ya seis años, cuando comenzó su venta de lechuga de IV gama.

LA GUÍA DE LA IV GAMA, YA ACTUALIZADA



■ La Guía comenzó a aplicarse en 2006. / FHALMERÍA

Criterios microbiológicos, entre las buenas prácticas

■ I. F. G.

La Asociación Española de Frutas y Hortalizas Lavadas Listas para su empleo (AFHORLA) actualizó recientemente la Guía de Buenas Prácticas de Producción de IV gama para adap-

tarla a los cambios legislativos sobre criterios microbiológicos. De este modo, desde la Asociación aumentan las condiciones con las que el producto se lleva al mercado, incidiendo en todo lo relacionado con la higiene durante el proceso.

EN SIAL

La Gergaleña recibe un premio en París por su sofrito de Raf

■ J. E. Ruiz

Los productos de La Gergaleña continúan consiguiendo el reconocimiento a una cuidada elaboración con las hortalizas cultivadas en la tierra. En esta ocasión, el Salón Internacional de la Alimentación (SIAL) celebrado en París ha reconocido el sofrito de tomate Raf elaborado por la empresa almeriense como un producto “innovador y de tendencia”. Este producto ha sido posible gracias al trabajo llevado a cabo por el restaurador Antonio Gázquez.

Este sofrito se lanzaba al mercado a principios del presente año, enmarcado, como indican desde La Gergaleña, “en el proyecto de recuperación de recetas de la cocina tradicional almeriense, con el valor diferencial de la labor en



■ El sofrito. / FHALMERÍA

investigación, innovación y desarrollo que lleva a cabo la compañía, así como al buen hacer que facilita el uso de productos naturales de la huerta de Caparrós Nature”.

El elaborado basa su éxito en la utilización de tomate Raf, pero con la aportación de la cebolla dulce, pimiento verde de Almería, aceite de oliva virgen extra, azúcar y sal. Como explica Antonio Gázquez, “es una receta sencilla, pero con un resultado sorprendente gracias a la dulzura que aporta el tomate Raf seleccionado en su momento óptimo de maduración, para trasladar a este plato preparado todas las características organolépticas de este manjar de la huerta de Almería”. El sofrito se presentó por primera vez en sociedad en la última edición del Salón Gourmet y, desde entonces, “ha recibido las alabanzas de críticos y cocineros, como en este caso con certificado de ‘Producto innovador y de tendencia’”.

Universidad

AYUDAS

Ciencia otorga 8 millones al Campus de Agroalimentación

LA FINANCIACIÓN SE RECIBIRÁ A TRAVÉS DEL PROGRAMA INNOCAMPUS, CONVOCATORIA INCLUIDA EN EL PLAN 'INNOVACIÓN 2010'

■ Elena Sánchez

El Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario (CEIA3) y el proyecto de Campus de Excelencia en Medio Ambiente, Biodiversidad y Cambio Global (CamBio) han recibido una financiación de nueve millones de euros a través de la convocatoria Innocampus del Ministerio de Ciencia e Innovación, que ha repartido 150 millones entre 26 proyectos de I+D+i en Campus de Excelencia, entre los que participan un total de 38 universidades españolas. Concretamente, la Universidad de Almería se ha beneficiado de los ocho millones que ha conseguido CEIA3 para el



■ Mosaico de frutas y hortalizas de la provincia. / FHALMERIA

conjunto del proyecto. De hecho, desde la Universidad de Almería se ha informado que el presupuesto se destinará a los estudios en biología molecular, el control de calidad, así como a la innovación en empresas del sector, entre otros campos de actuación. Innocampus es una de

las convocatorias incluidas en el Plan INNOVACIÓN 2010, que se enmarca en la Estrategia Estatal de Innovación. Este programa busca mejorar la calidad de las universidades españolas y la integración de sus capacidades con los agentes de ciencia y tecnología.

INGENIERÍA RURAL

Los invernaderos ahorrarían un 30 por ciento del consumo energético racionando su uso

■ E. S. G.

El departamento de Ingeniería Rural de la Universidad de Almería ha presentado un estudio con el que se concluye que los invernaderos podrían ahorrar un 30 por ciento del consumo energético que utilizan en la actualidad si se realiza una adecuada gestión y unas pequeñas modificaciones en el diseño de sus instalaciones. En este sentido, desde la Junta de Andalucía han dado a conocer que el responsable del proyecto, Diego Valera, ha explicado durante unas jornadas celebradas en Granada que "simples modificaciones como la mejora del aislamiento térmico, aumentar la separación entre un invernadero y otro o el aumento del tamaño de los ventanales, que multiplica la luz solar, pueden ser recursos baratos y útiles para el ahorro energético. "De hecho, para el investigador, una de las mayores preocupaciones para los agricultores debe ser la

búsqueda de fórmulas de ahorro, que en muchos casos se pueden conseguir aplicando el sentido común y por medio del uso de herramientas "simples y esenciales". Por ello, la solución pasa, a su juicio, por combinar el uso de energías renovables e introducir algunos cambios en la disposición de la estructura de los invernaderos.

ALMERÍA Y GRANADA

En la actualidad, las zonas de Almería y Granada abastecen al 60 por ciento del mercado nacional, por lo que, según Valera, un uso inadecuado de la energía podría comprometer la rentabilidad poniendo en peligro a los más de 110.000 puestos de trabajo que genera esta actividad. Finalmente, cabe destacar que en las jornadas de gestión energética en agricultura de invernaderos han participado más de un centenar de agricultores de la costa granadina.

INTERCAMBIO EXPERIENCIAS

La Universidad San Luis de Potosí colaborará en proyectos de I+D+i

■ E. S. G.

La universidad mexicana de San Luis de Potosí y la Universidad de Almería han firmado un acuerdo para colaborar en estudios en el ámbito de la agronomía. En este sentido, los dos convenios acordados tienen que ver con el marco de cooperación entre las dos instituciones, así como el desarrollo de estudios e investigaciones conjuntas en el ámbito de la agricultura. Así, el rector de la UAL, José Luis Martínez Vidal, ha explicado que "la firma del convenio supone para nosotros abrir una ventana al mundo, ya que tanto profesores como alumnos se podrán beneficiar de los programas de intercambio en un futuro cercano. Además, este acuerdo supone también para la Universidad de San Luis de Po-



■ Encuentro en la UAL. / FHALMERIA

tosí la posibilidad de iniciar contactos con las otras cuatro universidades andaluzas que participan junto a la de Almería en el Campus de Excelencia Internacional en Agroalimentación". Los convenios suscritos hacen unas semanas sustentarán futuras rela-

ciones de colaboración y cooperación académica, científica y cultural entre la UAL y San Luis de Potosí, estableciéndose, en primer lugar, un intercambio de información sobre proyectos de investigación y formación que ambas instituciones desarrollan en temas de interés común.

PUBLICACIÓN DE LIBROS

Igualmente, el convenio marco facilitará la publicación conjunta de libros y la inclusión de trabajos de especialistas de las dos instituciones de áreas similares de especialización, y se establecerán encuentros entre profesores de las dos universidades con objeto de que puedan intercambiar sus experiencias y conocimientos y facilitar su colaboración en proyectos comunes.

PROGRAMA

Recursos Humanos de COEXPHAL realiza un plan de formación en la UAL

■ E. S. G.

Alrededor de veinte directores del área de Recursos Humanos de empresas y cooperativas asociadas a COEXPHAL han participado en un plan de formación creado 'ad-hoc' para estos responsables. De hecho, los propios preceptores del curso han participado en el diseño del mismo para hacerlo a su medida y lograr, de esta manera, que esté plenamente adaptado a la realidad laboral que encuentran en sus empresas a diario.

Igualmente, el programa, pionero en la provincia de Almería, ha sido creado por la Universidad y por COEXPHAL conjuntamente. Además, la UAL se ha encargado de elab-



borar los contenidos y de desarrollar el primer módulo del plan de formación, que contará con un elenco muy importante de profesores universitarios. El plan de formación ha sido elaborado por COEXPHAL y el Vicerrectorado de Planificación, Calidad y Relaciones con la Sociedad de la Universidad.

i + D

EN BREVE

Mango para crear cosméticos



El cultivo del mango en la provincia malagueña se diversificará con la elaboración de nuevos productos y aplicaciones en el mercado de la cosmética o la energía, con la finalidad de rentabilizar una posible superproducción en el futuro. El fruto se empleará también para la fabricación de grasas o salsas alimenticias.

Aceite de oliva anti-enfermedades

Investigadores, científicos y técnicos han analizado en Granada el papel del aceite de oliva virgen extra como un alimento 'funcional' ligado a la prevención de enfermedades, como las cardiovasculares, la diabetes o el cáncer de mama, y al retraso del envejecimiento celular. Las bondades más conocidas de los aceites de oliva vírgenes extra están relacionadas con sus propiedades en la prevención de la enfermedad cardiovascular.

Nuevas variedades de melocotón



El Instituto Murciano de Investigación Agraria y Alimentaria (IMIDA) y Novamed han logrado tres nuevas variedades de melocotón. Los tipos son nectarinas y melocotones de piel roja y carne amarilla, melocotones amarillos tempranos y las variedades de formas planas.

PUBLICADA LA LEY DE MOROSIDAD

El invernadero centra la atención en Almería en la X Semana de la Ciencia

TECNOVA Y CAJAMAR HAN PARTICIPADO EN ESTAS ACTIVIDADES CON JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS, RECORRIDOS GUIADOS Y DIDÁCTICOS

■ Elena Sánchez

La X Semana de la Ciencia también ha estado presente en la provincia de Almería con más de 40 actividades que se centraron en el mundo de la agricultura intensiva y el conocimiento de las particularidades de los invernaderos. De hecho, la agricultura bajo plástico aglutinó buena parte del calendario. Tanto la Fundación CAJAMAR como TECNOVA han diseñado acciones de divulgación dirigidas a profundizar en el conocimiento de este sector. Así, CAJAMAR propuso una visita a la Estación Experimental de Las Palmerillas donde los expertos realizaron una descripción del instrumental utilizado. Mientras, otras actividades que se desarrollaron en la Fundación almeriense fue un itinerario guiado por las instalaciones de este Centro, en el que los visitantes recorrieron las diferentes estructuras en orden cronológico, desde el parral de la uva de mesa hasta la estructura de Cenit Mediodía. Igualmente,



■ Vista de invernaderos en el Poniente almeriense. / FHALMERÍA

cómo hacer compost y un recorrido didáctico, el pasado 18 de noviembre, por las instalaciones completaron el repertorio de acciones de divulgación.

TECNOVA

Por otro lado, la Fundación TECNOVA es otra de las entidades que participa en esta semana de la ciencia. De hecho, desarrolló una jornada de puertas abiertas al laboratorio agroalimentario de la Fundación, en la que se realizaron prácticas con las diferentes técnicas para el control de la calidad en postcosecha de los frutos, co-

lorimetría, penetromía, técnicas de conservación, análisis sólidos solubles totales, tipos de corte, análisis sensorial, etc.

Igualmente, el Instituto de Estudios Almerienses realizó una presentación en el Centro de Profesores de El Ejido del documental 'La Ciencia en Almería', basado en las grandes instituciones que desarrollan la ciencia y la tecnología en la provincia: Universidad de Almería, Parque Industrial y Tecnológico de Almería, Observatorio Astronómico Calar Alto, Plataforma Solar de Almería, Centro Tecnológico Andaluz de la Piedra y el Instituto Anda-

luz de Investigaciones Agrarias de Almería. Esta actividad se vio reforzada con talleres para trabajar los sistemas audiovisuales como recurso didáctico, basándose en el documental 'Ciencia made in Almería'.

La Semana de la Ciencia es una iniciativa europea que promueve en España la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología y en Andalucía la Consejería de Innovación, Economía y Ciencia, coordinada por la Fundación Descubre, creada el 15 de febrero de 2010 al amparo de la Ley de la Ciencia y el Conocimiento de Andalucía.

Durante la X Semana de la Ciencia, IFAPA programó dos tipos de actividades: una conferencia sobre las novedades en los títulos para la formación marítima y visitas a las instalaciones de La Mojonera. Así, más de 150 alumnos de seis institutos de la provincia se acercaron al centro IFAPA para conocer cómo funciona un invernadero de alta tecnología y las variedades hortícolas con las que allí se trabaja, así como participar en la organización de talleres de investigación y experimentación en control biológico de plagas, compostaje de residuos vegetales y control de riego y fertilización.

ALIMENTOS FUNCIONALES

Extraen antioxidantes de los residuos del mango y chirimoyo

■ E. S. G.

Investigadores de dos empresas granadinas han puesto en marcha un proyecto científico con el que están logrando extraer neuroprotectores y antioxidantes de los residuos del mango, la chirimoya y el aguacate. Este estudio, financiado por Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA), pretende aplicar las propiedades obtenidas de los subproductos de frutas tropicales cultivadas en Andalucía a una serie de alimentos funcionales. En este sentido, desde la Junta de Andalucía se ha dado a conocer que el proyecto,

conocido como 'Neuro-Extract', diseñará un proceso de aprovechamiento integral de los subproductos generados durante la producción, manipulación y transformación del mango, chirimoya y aguacate de la Costa Tropical andaluza, lo que, además de incrementar el valor global de la materia prima, reduce el problema medioambiental que supone la generación de residuos durante su producción. Los resultados más avanzados que se están logrando han probado la actividad neuroprotectora y antioxidante de compuestos procedentes de la hoja del mango.

IFAPA

Nuevas vías de comercialización de hortalizas

■ E. S. G.

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 el pasado viernes, en Almería, 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.

COFINANCIACIÓN

Este proyecto está cofinanciado con Fondos FEDER y en él participan los centros IFAPA de Granada, Málaga, Sevilla y Cádiz. Además, desde la Junta de Andalucía han informado que esta acción se enmarca en una de las ocho líneas prioritarias del Programa Sectorial del IFAPA 2009-2013.

Marketing

LOVEMY SALAD.COM

‘Amantes’ de las ensaladas difunden el consumo de hortalizas en la Web

CONSUMIDORES, DISTRIBUIDORES Y HASTA RESTAURADORES INTERCAMBIAN RECETAS Y OPINIONES EN ESTE PUNTO DE ENCUENTRO

■ Isabel Fernández

‘LoveMySalad.com’ es el punto de encuentro de los amantes de las ensaladas. Consumidores, distribuidores o restauradores que quieren demostrar públicamente su ‘amor’ a estos alimentos y que, además, pretenden que otras muchas personas se ‘enganchen’. El embajador de este espacio Web en España, José Luis Sáiz, comentó que el objetivo es “fomentar el consumo de fruta y verdura” y, para ello, “consideramos que se podía hacer difundiendo el consumo de ensaladas de forma divertida”.

‘LoveMySalad’ es un espacio en el que personas de todo el mundo pueden intercambiar sus opiniones, proponer recetas, e incluso, plantear sus dudas. Y es que esta Web funciona a nivel internacional. Tanto es así que, de hecho, está traducida al inglés, alemán y holandés, entre otras cosas, porque la visitan personas de lugares tan dispares como Estados Unidos o Australia, “donde más se ha fomentado de momento”, apuntó Sáiz. Del mismo modo, indicó que, hasta la fecha, “la par-



■ ‘LoveMySalad.com’ busca constituir una comunidad de fans de las ensaladas. /FHALMERÍA

ticipación registrada ha sido muy alta”.

El embajador en España de ‘LoveMySalad.com’ animó a los consumidores y a todas aquellas personas ‘enamoradas’ de las ensaladas a “registrarse y compartir sus recetas”. Asimismo, indicó que la Web cuenta con su propio espacio en Facebook, la red social más popular, donde ya tiene más de 300 fans.

CONTRA LA OBESIDAD

Los creadores de ‘LoveMySalad.com’ persiguen que “la gente coma más sano y que se haga de

forma divertida”, explicó Sáiz. Por ello, a través de esta Web, proponen mil y una opciones para preparar una ensalada. De este modo, además, dan a conocer la gran variedad de alimentos que pueden conformar un plato que, casi a diario, llega a las mesas de muchas familias por todo el mundo.

“El consumo de frutas y hortalizas es cada vez menor”, lamentó Sáiz y, por ello, afirmó que “queremos potenciarlo y contribuir así a, por ejemplo, reducir los problemas de obesidad que afectan a muchas personas”. ‘LoveMySalad.com’ ofrece una alternativa muy divertida para conocer un poco más sobre las múltiples maneras de preparar una ensalada, un plato fácil y que no por ello resulta menos beneficioso para la salud. Todo lo contrario. El consumo de hortalizas como las que pueden formar parte de una buena ensalada aporta una gran cantidad de nutrientes y antioxidantes al cuerpo que ayudan a vivir un poco mejor.

Rijk Zwaan aporta su granito de arena al proyecto y brinda el soporte para que el mensaje se transmita

El embajador en España de ‘LoveMySalad’, José Luis Sáiz, agradeció el apoyo que la empresa de semillas Rijk Zwaan brinda a este proyecto. Según indicó, “Rijk Zwaan nos ayuda con el soporte”. Algunas de las personas que integran la comunidad ‘LoveMySalad’ son trabajadores de estas casa de semillas que, en un momento de-



■ Salanova. /FHALMERÍA

terminado, “decidimos pedir ayuda para la puesta en marcha de la Web, a nuestros directivos les pareció bien y ya está en marcha”. Asimismo, Sáiz afirmó que el hecho de formar parte de una gran multinacional como es Rijk Zwaan les permitió “poder hacer más contactos en diferentes países de todo el mundo”.

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

Tel. 628 012617



Industria agraria

AGROEXPORTACIONES

Empresas del PITA impulsan sus relaciones con Panamá

■ I. F. G.

Las empresas ubicadas en el Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA) podrán impulsar su colaboración con empresas panameñas en virtud del acuerdo suscrito entre la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE) y la Autoridad Nacional para la Innovación Gubernamental (AIG) de Panamá. Entre los sectores que podrían salir beneficiados con este acuerdo se encuentran los relacionados con las agroexportaciones. Y es que, según un estudio realizado por la consultora McKinsey para el Gobierno de este



■ Acuerdo. / FHALMERÍA

país, éste es uno de los sectores más convenientes en los que incentivar la inversión extranjera.

Panamá ha crecido de forma importante en los últimos años. Sólo en 2009, su PIB se incrementó en un 2'4%, mientras que las previsiones para este 2010 y el próximo año 2011 apuntan una subida del PIB del 7 por ciento y el 6'3 por ciento, respectivamente.

SOFTWARE

Almerimatik aumenta la "eficiencia" de COEXPHAL con su aplicación 'Sauces'

■ I. F. G.

La empresa almeriense Almerimatik ha implementado su aplicación 'Sauces' en los equipos informáticos de los servicios profesionales de COEXPHAL con el objetivo de "maximizar la eficiencia y minimizar el estrés", según explicó el director general de Almerimatik, Francisco Javier de Linaza.

Por su parte, el responsable de Administración y Gestión

Laboral de COEXPHAL, Francisco Contreras, explicó que, con el paso del tiempo, "nuestra organización ha crecido mucho y habíamos detectado determinadas necesidades de mejora en la gestión, así como la conveniencia de abrir un nuevo canal de información hacia las empresas asociadas". Para ello, 'Sauces' incluye un completo sistema de claves y permisos para aumentar la seguridad o facilita las opciones de acceso de remoto.

PRODUCTO 100% ALMERIENSE

La 'Hoja Keepfresh' retrasa la maduración del fruto en un 50% gracias a la absorción del etileno

■ Isabel Fernández

La 'Hoja Keepfresh', desarrollada por la empresa almeriense Keepfresh, permite retrasar la maduración de los frutos hasta un 50% o "mantener un kiwi 86 días en un perfecto estado", según explicó el presidente y el consejero delegado de Keepfresh, Juan Luis Pedro. El secreto radica en "la absorción del etileno, hormona emitida por los vegetales". De este modo, Pedro indicó que la 'Hoja Keepfresh' está conformada por "dos hojas de papel de calidad alimentada, termosoldadas, y, en el interior, contienen el absorbente de etileno". La absorción de esta hormona es desdoblada en dióxido de carbono y oxígeno, consiguiendo ralentizar la respiración de los mismos y, con ello, alargar la vida útil del fruto.

El éxito de esta hoja diseñada por la empresa almeriense ha sido tal que, en apenas cuatro meses -los últimos de la pasada campaña-, "vendimos más de 1.500.000 unidades". En ese tiempo, además, Keepfresh logró darse a conocer en todo el continente. "Esto ha hecho que se nos conozca en Europa y países del Este y que nuestros clientes actuales confíen plenamente en nuestro producto", afirmó Pedro. Sin embargo, las aspiraciones de expansión de Keepfresh no se limitan al Viejo Continente, sino que "actualmente, estamos homologando la hoja en Chile y México, obteniendo resultados fantásticos y creando un gran interés por par-



■ Juan Luis Pedro, presidente de Keepfresh. / FHALMERÍA

te de los exportadores de estos países".

Esta hoja, autorizada incluso para su uso en frutas y hortalizas ecológicas, no sólo retrasa la maduración del fruto, sino que, como consecuencia de ello, reduce las pérdidas de peso de los vegetales y, además, los mantiene frescos durante más tiempo.

'COMING SOON'

Pero el uso de la 'Hoja Keepfresh' no sólo se reduce a las comercializadoras de frutas y hortalizas. Desde esta empresa almeriense también quieren facilitar la conservación de estos alimentos en los hogares y, para

ello, en breve, comercializará su 'Lámina Keepfresh', el mismo producto y con las mismas propiedades que la hoja pero dirigido a otro público. Así, Juan Luis Pedro apuntó que "la 'Lámina Keepfresh' se comercializará en breve en pequeñas y grandes superficies, así como en fruterías y tiendas, aunque ya se vende a través de nuestra página web". Según explicó, "este producto está destinado a mantener la fruta y hortaliza en los frigoríficos de los hogares durante más tiempo", consiguiendo, así, "evitar tirar tanta fruta y hortaliza, mejorar nuestra alimentación y ayudar a la economía del hogar".

ABRIENDO MERCADOS

■ I. F. G.

El sector de la industria auxiliar de la agricultura cerró sendos acuerdos recientemente en República Dominicana y Marruecos. Con respecto al primero de estos destinos, la Cámara de Comercio de Almería, junto con TECNOVA y seis empresas del sector, viajó a Santo Domingo para participar en un foro y, en este marco, rubricó un acuerdo con los empresarios locales para promover

La industria auxiliar amplía mercados en la República Dominicana y Marruecos

las relaciones comerciales, la transferencia de tecnología y la formación especializada para el sector de la agricultura bajo plástico.

El vicepresidente de la Cámara, Juan García Cazorla, comentó que "el potencial de creci-

miento de la República Dominicana es enorme y el mercado de allí está maduro para realizar negocios". Además, la cercanía de este país con Estados Unidos, "hace posible comercializar a este mercado a través de la República Dominicana con unos costes de

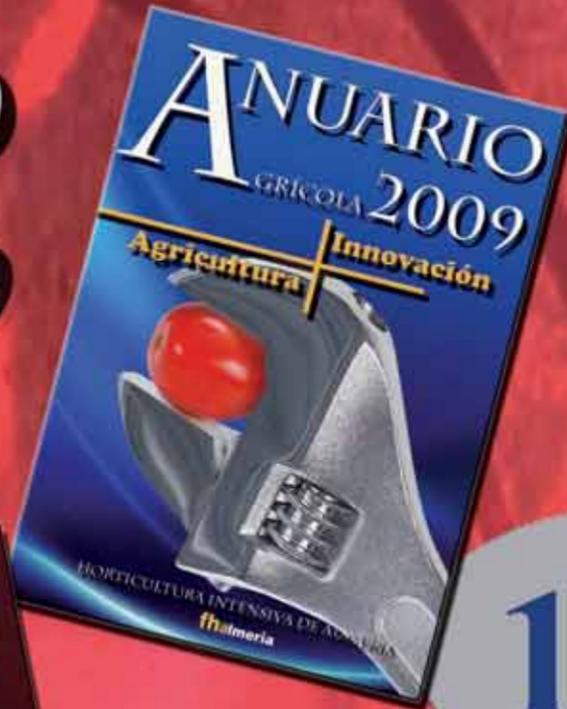
logística muy interesantes". Pero éste no es el único destino por el que se ha interesado el sector de la industria auxiliar provincial recientemente.

Así, TECNOVA viajó a Casablanca (Marruecos) en una misión tecnológica enmarcada dentro de

los proyectos ReTSE Interclúster y Tecnología organizada por la Agencia IDEA, con el objetivo de promover la cooperación entre clusters estratégicos de Andalucía y el norte de Marruecos.

El CT almeriense, que viajó junto con una empresa, aprovechó la ocasión para establecer relaciones bilaterales y exponer los servicios que, desde su Área Agroalimentaria, ofrece a las empresas de la industria auxiliar de la agricultura.

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

Medio ambiente

APICULTURA

La merma de la población de abejas pone en jaque el mantenimiento de la biodiversidad

LAS EXPLOTACIONES ESTÁN PERDIENDO, DE MEDIA, ENTRE UN 40% Y UN 50% DE INDIVIDUOS, REDUCIENDO, ASÍ, LA RENTA DEL APICULTOR

■ Isabel Fernández

Poco a poco, el zumbido de las abejas va cesando y, sin él, el mantenimiento de la biodiversidad se hace más difícil. Estos insectos, para muchos algo incómodos, realizan una gran labor de preservación del medio ambiente, entre otras cosas, gracias a su gran labor polinizadora. Sin embargo, muy pocas personas son conscientes de este duro trabajo 'en la sombra'. "Las abejas generan una gran riqueza medioambiental", afirma Antonio García, responsable de Apicultura de COAG-Almería, quien, en cualquier caso, lamenta que "la sociedad no es consciente de las dimensiones de este beneficio".

Según explica, en el caso de la provincia almeriense, "más del 50% de las colmenas se destinan a la polinización en invernaderos" algo que "genera mucho valor y da un gran rendimiento". Pese a todo, "esto es muy difícil de cuantificar". A su juicio, "esta labor polinizadora genera un rendimiento muy superior al de la miel, pero de esto no se da cuenta nadie". Por ello, desde COAG a nivel nacional pusieron en marcha, recientemente, una campaña de sensibilización que recorrerá todas las Comunidades Autónomas para recabar el mayor número de apoyos posibles de instituciones y ciudadanos para este sector.

Un sector que resulta ser un gran desconocido para muchos pero que, aunque sea de forma muy silenciosa, genera grandes beneficios. De este modo, durante el acto de presentación de la campaña, el secretario general de COAG Miguel López, ofreció algunos datos muy reveladores de las dimensiones que alcanza este sector en España y que, sin embargo, no se valora en su justa medida. "La polinización contribuye directamente en la regeneración de ecosistemas y en la conservación de especies amenazadas, favoreciendo así la fructificación y la producción de semi-



■ El Poniente, con más de 53.600 colmenas, es la zona de mayor producción apícola de la provincia. / FHALMERIA



■ COAG quiere que sea Patrimonio de la Humanidad. / FHALMERIA

llas de especies cultivadas y silvestres", indicó y añadió que, además, en España, "el beneficio de la polinización, sólo en el sector agrario, se estima que supera los 4.000 millones de euros anuales".

EN CRISIS

El sector apícola no pasa, en cualquier caso, por su mejor momento. La pérdida de individuos en las colmenas y, con ella, el des-

censo de la producción, son dos de los problemas a los que se enfrenta el sector, acuciado, además, por las importaciones de terceros países. En este sentido, el responsable de Apicultura de COAG-Almería apunta que, de media, en una explotación, "cada año se pierde un 10% de abejas, sin embargo, últimamente, las bajas oscilan entre un 40% y un 50%". Entre las causas que han dado lugar a esta situación se en-

NÚMERO DE COLMENAS

La provincia lidera el sector apícola de Andalucía

Almería, con más de 153.000 colmenas, lidera el sector en Andalucía, agrupando el 27% del total de colmenas. Por zonas, el Poniente es la comarca con un mayor censo de explotaciones apícolas (320) y colmenas (53.611), dedicadas, principalmente, a la selección y cría de abejorros y a la polinización agrícola. Tras ella se sitúan el Bajo Andarax-Níjar, con 158 explotaciones y 34.679 colmenas, y el Alto Almanzora, con 144 explotaciones y 33.000 colmenas. En 2009, Almería produjo 786.000 kilos de miel, valorados en 1'8 millones de euros.

cuentra la plaga de la varroa, un ácaro parásito de las abejas, pero también el uso de determinados fitosanitarios y, cómo no, los propios depredadores naturales de las abejas. Esta reducción del número de individuos trae consigo, evidentemente, una pérdida de producción y, además, supone un mayor coste para los apicultores, que "tenemos que reponer las abejas año tras año".

Pero hablar de pérdida de abejas no significa hablar sólo de pérdidas económicas. De hecho, desde COAG van más allá y hacen referencia a "un preocupante déficit de polinización como consecuencia del denominado 'síndrome de despoblamiento agrícola', que provoca en todo el mundo la muerte de millones de colmenas todo el año". Por ello, desde esta organización agraria indicaron que propondrán a la UNESCO que las abejas y la apicultura sean declaradas Patrimonio de la Humanidad por su vital contribución al mantenimiento de la biodiversidad y el equilibrio natural del planeta. Un trabajo que han hecho desde siempre y que, hoy por hoy, corre peligro.

Agenda



Huelva acoge las XXVII Jornadas Agrícolas y Comerciales dirigidas al sector fresero y cítrico

Cajasol celebrará el próximo 2 de diciembre, en Puerto Antilla Grand Hotel (Islantilla- Huelva), las XXVII Jornadas Agrícolas y Comerciales que organiza anualmente la entidad para los profesionales de los sectores de la fresa y los cítricos en la provincia de Huelva. Durante las jornadas, que sirven de convivencia y formación para los asistentes y para crear lazos comerciales entre ellos, se hará entrega además de los Premios Fresón y Naranja de Oro 2010, como muestra del reconocimiento de Cajasol a dichos sectores en la provincia de Huelva. Este evento, que ya se ha convertido

en una cita decana en el calendario de ferias agrícolas de Andalucía, contará en su clausura con la presencia del presidente de Cajasol, Antonio Pulido; el consejero de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, José Juan Díaz, y la presidenta de la Diputación de Huelva y vicepresidenta de Cajasol, Petronila Guerrero. Estas autoridades darán fin a unas jornadas que congregarán a más de 400 profesionales en torno a temáticas como las nuevas variedades de fresas y cítricos, el control biológico de explotaciones freseras o el etiquetado nutricional.



La XIII edición del Salón de la Alimentación llega con un único protagonista, el producto

El próximo mes de marzo tendrá lugar la decimotercera edición del Salón de la Alimentación, sólo para el profesional, mirando hacia el futuro y adaptando las costumbres a las nuevas tendencias del sector. En el transcurso de la feria se presentarán nuevos formatos de participación más accesibles, prácticos, profesionales y económicos donde lo verdaderamente importante será el producto expuesto. Estas nuevas propuestas de stands de diseño modulares tienen como principal objetivo buscar la rentabilidad de todos los participantes en el Salón. Esta edición se celebrará del 15 al 17 de marzo de

2011 en Feria de Valladolid. El Salón ve reducida su duración en una jornada y tendrá lugar de martes a jueves, aspecto que no hace sino reforzar la profesionalidad del evento. Asimismo, los organizadores han informado que Feria de Valladolid y la Junta de Castilla y León han puesto en marcha una campaña de captación de compradores nacionales e internacionales que pondrá de manifiesto las magníficas oportunidades comerciales que ofrece este Salón. De ahí, que todos los miembros del sector agroalimentario tengan una cita ineludible el próximo mes de marzo.

FORO

El mundo del vino se da cita en la Conferencia Internacional de Badajoz

El Museo de las Ciencias del Vino de Almendralejo (Badajoz) es la sede elegida para celebrar la primera Conferencia Internacional del Vino, a nivel mundial, que tendrá lugar entre los días 8 y 12 de febrero del año 2011. Este evento científico se dividirá en cuatro bloques en

los que se estudiará la arqueología e historia del vino; analítica; patrimonio y museología; y un último apartado sobre vino y América. El coste total del evento será de 120.000 euros que aportarán el ayuntamiento local y otras instituciones provinciales y regionales.

SEMINARIO

Priego de Córdoba acoge un curso de aceite de oliva

Desde el 29 de noviembre y hasta el 3 de diciembre se desarrolla en la localidad cordobesa Priego de Córdoba el nuevo curso de 'Análisis Sensorial de Aceite de Oliva Virgen', que tendrá una duración diaria de cuatro horas presenciales. Cabe destacar



que el curso es gratuito para trabajadores en activo contratados por su empresa que puedan acogerse a los créditos de formación tripartita, para el resto de personas interesadas deberán consultar los costes a la organización.

FERIA

Sevilla prepara 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

Vinitech Sifel, el centro mundial de los sectores del vino, frutas y hortalizas



Del 30 de noviembre al 2 de diciembre se celebra en Burdeos, Francia, la feria hortofrutícola Vinitech Sifel. Este evento recoge las principales etapas de la producción y presenta los mejores productos y servicios de los expositores, desde la plan-

tación hasta el envasado y embalaje. De esta forma, dispone de la oferta más completa en materia de maquinaria dedicada a las frutas y hortalizas y de las últimas innovaciones para mejorar los rendimientos de una empresa.

EVENTO

Feria Valladolid pone a punto la nueva edición de 'Agraria' 2011 dedicada a la maquinaria agrícola

La Feria de Valladolid está trabajando en la segunda edición de 'Agraria', ciertamente especializado en maquinaria agrícola que se celebrará del 9 al 12 del próximo mes de febrero. La primera convocatoria dejó unos resultados muy positivos, tal y como se reflejó



en las opiniones recogidas entre expositores y visitantes, y las expectativas para esta edición continúan en la misma línea. Importantes empresas de fabricación y distribución de maquinaria han confirmado su participación como expositores en 'Agraria' 2011.



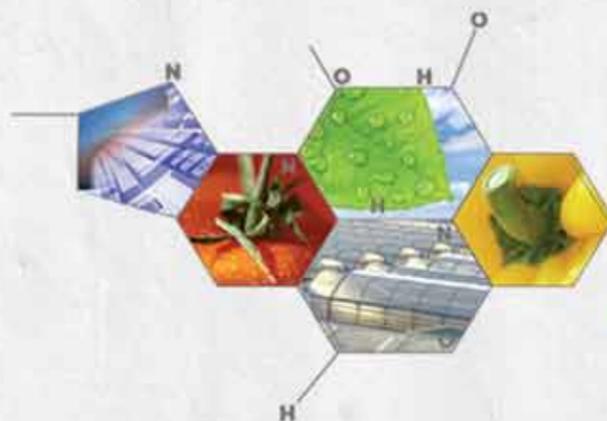
Expertos en el negocio agroalimentario.

Este es **nuestro campo.**

Lo trabajamos juntos, desde siempre.

Lo conocemos.

Lo llevamos muy dentro.



CAJAMAR
ADN Agro


CAJAMAR
CAJA RURAL

www.cajamar.es
901 511 000