

eCA

Num05 | Octubre2018

FRUITS

Revista Hortofrutícola



La fruta de hueso gana terreno a la de pepita en España



Siete
Agromarketing



Agencia

COMUNICACIÓN 2.0

Compromiso

Innovación

Confianza

Experiencia

AGROALIMENTARIA

www.sieteagromarketing.com

#mujerAGRO

www.mujeragro.es



**MUJERES
AGROPROFESIONALES**
LA IGUALDAD ES UNA TAREA DE TOD@S

¿ERES UNA EMPRESA COMPROMETIDA?
PARTICIPA EN ESTE PROYECTO AGROALIMENTARIO POR LA IGUALDAD

INFORMACIÓN

www.sieteagromarketing.com

Teléf.: +34 910 710 570 | Móvil: +34 600 774 254

e-mail: mujeragro@sieteagromarketing.es

Una iniciativa de:

Siete
Agromarketing

FINANCIACIÓN AGRARIA

**TU ILUSIÓN.
TU ESFUERZO.
TU TRABAJO.
TU CAMPO.**

TÚ

ERES LO QUE NOS MUEVE



Entra y descubre
cómo podemos ayudarte
a sacar lo mejor de tu campo.












Concesión sujeta a criterio de la Entidad.

Unicaja Banco, S.A. Avda. Andalucía 10-12, 29007 Málaga. Inscrito R.M. de Málaga, Tomo 4.952, Libro 3.859, Sección 8, Hoja MA-1 I 580., Folio I, Inscripción I. C.I.F. A93139053.



SUMARIO

Revista
Hortofrutícola

ACTUALIDAD  6	INTERNACIONAL  10	MERCADOS  14	ESPECIAL FRUIT ATTRACTION  18
DOSSIER  22	ESPECIAL FRUITALES  26	INNOVACIÓN  36	GRAN DISTRIBUCIÓN  38
ENTREVISTA CON ACENTO  40	EMPRESA  42	FERIAS  50	

Edita: Siete Agromarketing Cultural S.L y e-Comercio Agrario • **Directora general:** Gissele Falcón Haro
Directora de publicaciones: Gissele Falcón Haro • **Coordinador general de contenidos:** Juan Herrera
Coordinadora de publicaciones: Eva Montes • **Prensa:** Judit Cortés • **Colaboraciones:** Flor Cid | Juan Herrera | J. S. Soler | Martín Pacherre
Diseño gráfico y maquetación: Bruno A. G. • **Publicidad:** publicidad@sieteagromarketing.com
Redacción: comunicación@sieteagromarketing.com • **Administración:** siete@sieteagromarketing.com

Oficinas centrales: SAGRA 29 BIS - 9D • 28915 LEGANÉS - MADRID • ESPAÑA

COLABORARAN EN ESTE NÚMERO: UNICAJA BANCO • ONUBA FRUIT • DECCO • BANCO SANTANDER • FEDEMCO • UNIQ • HORTAMIRA
INFO AGRO • MASSÓ • HUERCASA • TRADECORP • GIROPOMA • DEMOAGRO • UNICA • JUNTA DE ANDALUCÍA • MONTOSA



ecomercioagrario.com

www.sieteagromarketing.com • www.ecomercioagrario.com

Síguenos en:  @eComercioAgr  @ecomercioagrario

LA DIVERSIFICACIÓN COMO GARANTÍA DE FUTURO

Diversificar. Esta palabra se ha consolidado, en los últimos años, como clave para el crecimiento y el desarrollo del sector hortofrutícola en nuestro país. El impulso de nuevas variedades o la apuesta por productos desconocidos hasta la fecha en la agricultura española, pero de un enorme potencial, son ejemplos que vienen realizando los profesionales del sector para ganar presencia en los mercados.

También lo es el trasvase de unos productos a otros en función de las necesidades del consumidor, y del propio mercado. Sin ir más lejos, en el ámbito de la fruta dulce se está produciendo, a nivel nacional, un claro avance de la fruta de hueso frente a la de pepita, habiendo perdido esta última más de 25.000 hectáreas de cultivo en los últimos quince años, en contraposición de la de hueso, que suma números muy positivos en este periodo.

Pero no solo a nivel productivo se está trabajando la diversificación. Resulta igual de importante ampliar el número de destinos de nuestras frutas y hortalizas para evitar quedar a expensas de un puñado de mercados. En este sentido se manifiesta la consellera de Agricultura de la Generalitat Valenciana, Elena Cebrián, a la que entrevista ECA Fruits, y que destaca la apuesta por la diversificación de los destinos de los cítricos valencianos hacia terceros países para combatir la saturación a la que se encuentra sometido el mercado europeo.

Otro de los puntos de indudable interés para el sector hortofrutícola viene de la mano de la innovación y la investigación. En este número profundizaremos hacia dónde camina el modelo productivo bajo invernadero y analizaremos el impulso de prácticas que buscan una mayor sostenibilidad y eficiencia.

En este contexto, llega a Madrid la décima edición de Fruit Attraction; y lo hace con más fuerza que nunca, con una previsión de crecimiento, tanto de visitantes como de expositores, por encima del 15%. La participación internacional será también mayor que ediciones precedentes, y se dará un mayor protagonismo a los productos biológicos, las nuevas tecnologías y la innovación.



Madrid se viste, de nuevo, de gala para uno de los eventos del año.

Entrevista a **Elena Cebrián**. Consejera de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana.

“Debemos diversificar los destinos de nuestros cítricos porque el mercado europeo está cerca de un punto de saturación”

Elena Cebrián Calvo es consejera de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana desde julio de 2015. Es ingeniero agrónomo por la UPV. Ingresó por oposición en 1999 el Cuerpo de Ingenieros Agrónomos del Estado del Ministerio de Agricultura, donde ha desempeñado diversos cargos de responsabilidad y también en instituciones comunitarias.

ECA FRUITS: ¿Qué destacaría usted del trabajo realizado desde que fue nombrada consellera de Agricultura?

Hay que diferenciar necesariamente las grandes dos áreas de la Conselleria. En agricultura, destacar la Ley de Estructuras Agrarias, que está en Les Corts y esperamos se apruebe por una mayoría notable. Es una ley trabajada concienzudamente que aborda problemas clásicos estructurales del sector agrario valenciano, como son el pequeño tamaño de las explotaciones o la dispersión de la propiedad. Además, se trata de

una ley de innovación social que incluye medidas como la Iniciativa de Gestión Común o la Xarxa de Terres, una herramienta destinada a movilizar las parcelas a favor de los agricultores profesionales y la incorporación de los jóvenes.

Dado que estos días celebramos el 150 aniversario del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA), quiero destacar el nuevo anteproyecto de Ley de Generación del Conocimiento Agroalimentario, que no tardará en aprobar el Consell. Y no puedo dejar de mencionar el im-

pulso al cooperativismo y la producción ecológica. Se están consiguiendo muy buenos resultados con un aumento de la superficie destinada a productos ecológicos y la consolidación de mercados ecológicos.

ECA FRUITS: ¿Podría explicar cuál es el posicionamiento de la Generalitat Valenciana acerca de la nueva PAC?

Queremos resaltar el papel de la agricultura mediterránea. La importancia de ir hacia una agricultura profesional, pero sin menoscabo de nuestra estructura productiva, en la





que la agricultura a tiempo parcial, las pequeñas explotaciones o los pequeños productores tienen un peso considerable, no solo económica sino también socialmente.

Buscamos también un impulso a la política de desarrollo rural, el segundo pilar de la PAC. Esta política, en materia de financiación, va a ser sustancial, porque se abordan cuestiones referidas al refuerzo de la estructura de la producción agraria, apoyo a las pymes agroalimentarias como a las medidas de corte más ambiental en el medio rural. El sector forestal es muy importante para nuestra comunidad autónoma donde más del 60% es monte.

Y, por supuesto, queremos una PAC más reivindicativa de cara a los intercambios comerciales, que se exija esa reciprocidad de la que siempre hablamos. Que se exija en frontera lo mismo que se nos exige a los productores valencianos y europeos por los riesgos sanitarios que puede suponer y en algunos momentos por los riesgos de mercado.

ECA FRUITS: ¿Los acuerdos preferenciales perjudican a la agricultura valenciana?

En la Unión Europea, los agricultores -y los valencianos en particular- como parte de la sociedad europea nos hemos autoimpuesto unas formas de producción muy exigentes. Los consumidores europeos estamos pidiendo alimentos sanos y de alta calidad, entre otras cosas, y la ausencia de fitosanitarios, con lo cual se generará una cierta vulnerabilidad con un trato diferente a nuestra producción. Por ello, hay que tener una buena protección en frontera, pero considerando que estamos en un mercado abierto, en un mundo global en el que hay que observar otras realidades. No se puede decir que los acuerdos preferenciales sean positivos ni negativos. Es una realidad compleja y hay que gestionarla de la mejor manera posible, con solidaridad.

ECA FRUITS: La sanidad vegetal es una de las principales preocupacio-

nes para el sector agrario valenciano. ¿Qué cree que se puede hacer en los ámbitos europeos y estatal? ¿Qué está haciendo la Conselleria de Agricultura?

La Comunitat Valenciana tiene un sistema de prevención y lucha potente contra plagas y enfermedades tanto vegetales como animales, con una extensa red de seguimiento para nuestros cultivos principales. Gracias a ello hemos podido afrontar con seriedad la Xylella, la Ceratitis y muchas otras.

Pero es cierto que nos hace falta un apoyo financiero más contundente. Esta es una de las cuestiones más tensas en materia de infrafinanciación. A veces se olvida que también hay que financiar todos estos servicios, ya que una buena sanidad y producción es lo que garantiza las rentas de los agricultores y nuestras exportaciones, permitiéndonos movernos en mercados abiertos. Hay que asegurar una producción sana y saludable, tanto vegetal como animal. Hablamos de productos que pueden tener un impacto en la salud humana, por tanto, la política de sanidad de la producción agraria es una de las políticas base que tienen que estar bien financiadas y dotadas de personal.

Para la UE también habría muchas peticiones. En primer lugar, las exi-

“Estamos haciendo todo lo que está en nuestras manos para frenar a la Xylella y evitar que se expanda, todo ello en cumplimiento estricto de la normativa europea y nacional y de nuestro propio plan de contingencia”

gencias en frontera, una protección justa y con una base científica. También es muy importante, y lo demanda el sector agrario, una agilización en las autorizaciones de productos fitosanitarios, porque son muy costosas y lentas. En definitiva, un apoyo más firme a estas políticas, tanto de la UE como del Estado. Con medios financieros, con personal, y también investigación aplicada a la realidad del sector agrario.

ECA FRUITS: ¿Piensa que se podrá frenar la expansión de la Xylella? ¿Entiende la protesta reiterada de algunos afectados por la Xylella y de alguna organización agraria alicantina?

Estamos haciendo todo lo que está en nuestras manos para frenar a la Xylella y evitar que se expanda, todo ello en cumplimiento estricto de la normativa europea y nacional y de nuestro propio plan de contingencia, pactado con todo el sector agrario. Las plagas y enfermedades vegetales no entienden de fronteras, por lo que afrontarlas ha de ser una cuestión de Estado y eso es lo que hemos reclamado y continuaremos reclamando al Ministerio.

Somos sensibles a lo que muchos agricultores nos han trasladado y a su percepción de la dureza de estas medidas que, insisto, impone la UE de manera muy estricta exige la normativa estatal de sanidad vegetal. Trasladamos nuestra sensibilidad, empatía y comprensión a los agricultores, en una situación que requiere arrancar árboles, pero es la única manera hasta hoy de erradicar la infección en una planta. Y lo que pedimos desde la Conselleria es responsabilidad y colaboración leal a las organizaciones agrarias para afrontar juntos la problemática de la Xylella.

ECA FRUITS: Acaban de presentar el nuevo aforo de cítricos, ¿qué destacaría del mismo? ¿cómo se presenta la campaña? ¿cuáles serían los mercados emergentes de entrada de nuestros cítricos en estos momentos?



Hay que destacar una vuelta a la normalidad en términos de volumen de la producción, después de la caída de la campaña anterior. Pero se trata solo de una previsión, queda toda la campaña por delante. Algunas zonas se han visto afectadas por las granizadas, pero también las lluvias de septiembre pueden ser muy beneficiosas para otras, las que entren en cosecha en octubre. Por eso esperamos buenos calibres y un equilibrio de la demanda y la oferta, es decir una campaña con suficiente calidad y dentro de lo que podíamos considerar una campaña habitual.

Hemos hecho de nuevo el esfuerzo de transparencia e información al sector, seguimos siendo líderes en producción y en exportación de cítricos, por tanto, tenemos que ser líderes en información también, en transparencia y en rigor.

Europa sigue siendo nuestro principal mercado, pero es cierto que se están abriendo algunos mercados en países con poder adquisitivo en el norte de África y los países asiáticos ofrecen buenas expectativas también para nuestros productos. Hay que diversificar los destinos para prepararse ante unos mercados que, como son los europeos, están muy cerca de un punto de saturación. Pero, hoy por hoy, el grueso sigue siendo Europa y hay que cuidar la producción, ajustándose a la demanda, que cada vez es más de productos ecológicos o con muy poca presencia de fitosanitarios, de mucha calidad y que abarque al máximo toda la temporada.

ECA FRUITS: Han puesto en marcha un Plan de Agricultura Ecológica, ¿cuáles son los ejes principales del mismo?

El Plan busca fomentar el tránsito hacia sistemas de producción más sostenibles. Eso permitirá obtener productos agroalimentarios de mayor calidad y sin residuos, atendiendo las necesidades y exigencias de los ciudadanos y de los mercados, que buscan una alimentación segura y de calidad. Al mismo tiempo, este

modelo productivo nos ayudará a luchar contra el cambio climático, contribuyendo a frenar la contaminación y la desertificación, así como la pérdida de diversidad agraria y cultural en nuestro territorio.

Sus objetivos específicos, traducidos en cinco líneas estratégicas, son los siguientes:

- Promocionar la alimentación de calidad y el consumo de los productos agrarios ecológicos.
- Dar un impulso especial a la producción ecológica.
- Fomentar la comercialización e industrialización ecológica como estrategia territorial para el necesario desarrollo rural.
- Promover el conocimiento agroecológico, a través de la innovación tecnológica y la mejora continuada de la seguridad y calidad.
- Conectar con otras líneas de trabajo por la sostenibilidad y la igualdad en nuestro territorio.

ECA FRUITS: ¿Cuál es la política de la Generalitat respecto a la calidad diferenciada de sus productos?

El apoyo a nuestras figuras de calidad diferenciada (denominaciones de origen protegidas, indicaciones geográficas protegidas y agricultura ecológica) constituye una de las principales políticas de la Generalitat en materia agroalimentaria, como ejes vertebradores de nuestra riqueza, tanto económica como rural, medioambiental y de valorización del patrimonio y tradiciones. Sin olvidar que su reconocimiento garantiza un origen y una singularidad única ligada precisamente a nuestro territorio.

Por eso estamos desarrollando un conjunto de actuaciones dirigidas a mejorar su competitividad y darles una mayor visibilidad a través de múltiples actividades promocionales como son su participación en las principales ferias agroalimentarias del sector, tanto a nacionales como internacionales, o la elaboración de

“El Proyecto Mujer Agro puede ser importante para que las mujeres agrarias puedan conocer otras experiencias similares y aprender a intercambiar y reforzarse entre ellas”

material informativo y promocional. Se trata de actuaciones articuladas a través de una mesa técnica de calidad de la que forman parte todas nuestras figuras de calidad agroalimentaria diferenciadas.

ECA FRUITS: ¿Ve avances en la igualdad en el campo?

Veo menos avances de los que me gustaría ver. Lo digo también como mujer y como ingeniera agrónoma que lleva más de 20 años en el sector. Las mujeres tienen que superar barreras propias, pero sobre todo barreras ajenas y hemos de ser capaces de situarnos en órganos de decisión y dirección en el sector, en las cooperativas y en las empresas y de las organizaciones agrarias.

Hay muchos ejemplos, muy positivos como las jornadas de la mujer agraria organizadas desde la Conselleria, pero todavía hace falta más. Las mujeres agrarias están y han trabajado toda su vida en el sector y tienen que ser visibles, tienen que ser representativas y tener voz y decisión en el sector. Además, son fundamentales para cambiar el modelo productivo.

ECA FRUITS: Desde Siete Agromarketing, empresa editora de la revista ECAGRI se ha lanzado el proyecto Mujer Agro para fomentar la igualdad de oportunidades en el sector agroalimentario, ¿qué le parece?

Toda iniciativa es necesaria y bien recibida. También es preciso que las mujeres se conecten, que se conozcan entre sí. Hace falta que se creen espacios de comunicación. Por ello es bienvenido que un medio de comunicación pueda ser una plataforma para que las mujeres agrarias conozcan otras experiencias similares y puedan aprender a intercambiar y reforzarse entre ellas. Es importante crear red, crear conexión.

AFRUEX impulsa con una app a la comunidad frutícola extremeña

La Asociación de Fruticultores de Extremadura, AFRUEX, ha integrado una app personalizada hecha con la Plataforma FileMaker que les ha permitido unificar en un mismo punto a las 55 empresas asociadas, mejorar las gestiones internas de documentación y campañas de e-mailing, y sobretodo mejorar la gestión de la certificación de la marca de garantía CiEx - Ciruela de Extremadura.

La necesidad de esta app personalizada surgió debido al elevado número de empresas asociadas a AFRUEX, ya que es tan grande la cantidad de información generada que con esta herramienta los datos están organizados y clasificados en un mismo lugar y de fácil y rápido acceso. Esta asociación está integrada por el 90% de los productores de fruta de la Comunidad de Extremadura. Según el director gerente, Miguel Ángel Gómez, "las 55 empresas socias encuentran en la app todos los datos de contacto y de localización del resto de asociados. El objetivo es facilitar la comunicación entre las empresas y centralizar la información en un único lugar."

Además de facilitar la comunicación entre empresas y aunar la información, la app personalizada hecha con la Plataforma FileMaker y desarrollada internamente en AFRUEX, también realiza la certificación de la marca de garantía CiEx - Ciruela de Extremadura.



París, sede de la primera reunión del Comité Mixto del Plátano

La primera reunión del Comité Mixto del Plátano, que agrupa a representantes de España, Portugal y Francia, tendrá lugar el 9 de octubre en la capital francesa, París. Este encuentro reunirá ante una mesa a productores y administraciones públicas de los citados países, una cita que se fijó a mediados de septiembre cuando el viceconsejero canario del Sector Primario, Abel Morales, mantuvo una reunión con representantes de la Asociación de Productores de Plátanos de Canarias (Asprocan) y de la comunitaria APEB.

El Comité Mixto del Plátano tiene como objetivo debatir los retos

a los que se enfrenta este sector agrícola, en materias como el descenso de los aranceles de importación a favor de la banana de terceros países y las negociaciones del presupuesto europeo post-2020. También pretende ser una herramienta de mejora conjunta de los sectores del plátano español, francés y portugués. En París se contará con la participación de los tres ministerios, de los productores y de los gobiernos regionales de la RUP de esos países, entre los que está Canarias.



El Comité Mixto del Plátano Comunitario fue establecido el pasado mes de enero y reúne a productores europeos de plátano y a los distintos ministerios implicados de España, Francia y Portugal. Su principal objetivo es debatir los retos del plátano comunitario en Europa y servir de herramienta para mejorar las condiciones del sector en estos tres países.

Afrucat quiere exportar la fruta de hueso catalana a México

El equipo técnico de Afrucat se ha reunido con grupo de inspectores mexicanos y han visitado diferentes campos del Baix Segrià para analizar las posibilidades de introducir en el mercado azteca la fruta de hueso catalana. Esta iniciativa es fruto del trabajo conjunto de la Asociación con el Ministerio de Agricultura español y el Departamento de Agricultura de la Generalitat y ha acelerado tras una misión inver-

sa de organizada por Prodeca este mismo año.

En estos momentos, Extremadura es la única zona de España con protocolo vigente para poder exportar fruta de hueso a México y, a partir de la demanda de las diferentes zonas productoras, los inspectores mexicanos han visitado Murcia, Aragón y Lleida para evaluar las condiciones de producción y manejo de la fruta.

Los inspectores también han visitado dos de las principales centrales de la zona, como son la Cooperativa de Soses y Fruits de Ponent. Según el director de Afrucat, Manel Simon, "abrir nuevos países ayuda a aliviar la presión en los mercados tradicionales y a mejorar las cotizaciones de la fruta".

Para Simon, México es un mercado interesante por la facilidad dada por el idioma y por las malas relaciones que está viviendo en la actualidad este país con la administración norteamericana que es su principal proveedor. La voluntad de Afrucat es que también se habilite la posibilidad de ampliar el listado de productos a exportar con la inclusión de la manzana.





DALE VIDA A TUS CÍTRICOS CON DECCOPYR

DECCO PYR

FUNGICIDA

CONTROL EFICAZ DEL
Penicillium spp.

COMPOSICIÓN:

Pirimetaniil40% p/v [SC]

Inscrito en el Registro Oficial de
Productos Fitosanitarios con el
nº ES-00168 por Decco Ibérica
Post Cosecha SAU

Tel. (+34) 961 344 011

info@deccoiberica.es
www.deccoiberica.es

DECCO[®]

Creamos protección inteligente



Chile es el segundo proveedor de kiwi en la India

El país latinoamericano exportó 3.800 Tn en junio, superando en un millar a Nueva Zelanda, según los datos aportados por la compañía productora líder IG International.

La fuerte competencia entre Chile y Nueva Zelanda ha llevado a suministros mucho mayores de lo normal en India durante esta campaña. Tarun Arora, director de IG International ha asegurado que no se sorprendería si los volúmenes importados totales de este año terminaran más del 40% más altos con respecto a 2017. En este sentido, Arora señala que “el mercado de los kiwis está definitivamente bajo un tremendo estrés porque ninguna de las naciones quiere ceder la cuota de mercado que han logrado alcanzar en la India, existiendo una situación de exceso de oferta que está presionando los precios”.

Esta es la primera vez en los cuatro años de historia de Chile en el mercado indio que ha superado a Nueva Zelanda. Arora también afirma que este sector en su país ha estado creciendo a una impresionante tasa anual del 20% y que el año pasado su volumen llegó a 24,000 Tn. Algo menos de la mitad de eso fue comercializado por Irán,

que tiene la ventaja logística de estar a solo cuatro días de distancia. Este país fue seguido la temporada pasada por Nueva Zelanda y luego por Chile, pero actualmente, este último será el que ocupe el puesto número dos este año. “Vaticinamos alrededor de 30,000 Tn de importaciones totales de kiwis, pero no me sorprendería si superara los 35,000 Tn”, aseguró Tarun Arora.

India aumentará el arancel a las manzanas de EEUU

Ante las medidas de Trump y en represalia por el aumento de los impuestos a las importaciones de acero y aluminio, el Gobierno de la India ha afirmado que aumentará los aranceles de las manzanas procedentes de Estados Unidos en un 25%. Esto significaría un arancel del 75% para las manzanas estadounidenses, mientras que a los demás países continuaría al 50%. Si la tarifa persistiera durante mucho tiempo, probablemente habría “grandes cambios” para el mercado indio, según comentó el director de IG International. También explicó que en lo



que va de año India ha importado un total de 8 millones de cajas de cartón de EE. UU, por lo que es posible que descendan a 2 o 3 millones de cajas”. Aunque esto significaría grandes ventajas para los productores de manzanas del hemisferio sur, así como para los países europeos como Polonia, Italia y Bélgica, grandes exportadores de esta fruta.

Las importaciones de kiwi en la India pueden superar el 40% con respecto a 2017.



*La lluvia,
el socio perfecto
para tu cultivo.*

El Santander, tu mejor socio para el **anticipo de tu cosecha** de uva.

Solicita ya el anticipo de la cosecha de la uva en unas condiciones excepcionales.

Descárgate ya
la nueva
App Santander Agro



Sencillo Personal Justo Como un banco debería ser

Oferta válida del 1 de septiembre de 2018 al 31 de marzo de 2019 inclusive. Financiación sujeta a previa aprobación por el Banco. Consulta condiciones en tu oficina. Es necesario presentar el Certificado de Entrega emitido por la Cooperativa o Bodega. Solicita el INE en tu oficina.

 **Santander**

AGRO



El ajo andaluz cierra el año con 10% más en superficie

El cultivo del ajo en Andalucía ha aumentado esta campaña un 10% en superficie (5.403 hectáreas) con respecto a la temporada 2016/2017.

Esta subida también se ha visto reflejada en la producción, alcanzando las 63.401 toneladas, el mayor volumen obtenido en los últimos diez años, según los datos de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía.

La provincia de Córdoba sigue líder en el cultivo de ajo dentro de su Comunidad Autónoma, concentrando el 48% de la superficie dedicada a este producto, con un total de 2.600 hectáreas y una producción de más de 25 mil toneladas. Le siguen Sevilla con 862 hectáreas, Granada con 787, Málaga con 610 y Jaén con 450. En el resto de las provincias andaluzas la superficie cultivada es muy inferior, ya que entre las cinco provincias referidas acumulan más del 98% del cultivo de ajo andaluz.

Almacenado el Ajo Morado

A pesar de una campaña positiva, con una cosecha de muy buena calidad, los productores del Ajo Morado de Las Pedroñeras finalmente se han visto obligados a almacenar parte del

Los productores de Ajo Morado almacenan el producto al encontrar los mercados saturados.

cultivo al encontrarse con unos mercados abastecidos de este producto.

De este modo, han preferido guardar la producción de este final de temporada hasta que la situación mejore para continuar con unos precios estables, aunque a niveles más bajos. Es el consejo que ha ofrecido la Asociación Nacional de Productores y Comercializadores de Ajo, ANPCA, para que los agricultores aseguren las ventas y sigan apostando por la calidad del ajo de esta región española.

Menos superficie cultivada

Esta campaña ha descendido un 3% el cultivo de ajo en nuestro país, con respecto al año anterior. Este dato ofrecido por ANPCA, tras su encuesta anual sobre superficies y variedades, corroboran los determinados por el Ministerio de Agricultura que muestran la estabilidad en el total de la superficie cultivada en España, con un incremento de 0,1%.



Los datos oficiales más significativos apuntan un ligero descenso del 1,2% en la principal comunidad autónoma productora, Castilla-La Mancha, mientras que en Andalucía y Castilla y León, segunda y tercera regiones productoras, el incremento es del 10% y del 0,7% respectivamente.

En cuanto a variedades, sigue en incremento la superficie dedicada al ajo Spring, en detrimento del tipo de ajo Morado, aunque esta disminución de superficie ha sido menor que la de los años anteriores.

Exportación e Importación

En 2017, España exportó un total de 165.874 toneladas de ajo, es decir, un 2% más respecto a 2016, con

La Unión Europea, principal destino del ajo español y en 2017 se exportaron más de 96 mil toneladas.

un valor de más de 300 millones de euros, según los datos de FEPEX. Por comunidades autónomas, Castilla La Mancha es la principal exportadora con 68.306 toneladas, un 8% más que en 2016, seguida de Andalucía con 47.346 toneladas (-3%) y Comunidad Valenciana, con 33.107 toneladas (+2%). Y por provincias, Cuenca, Cór-

doña y Alicante son las tres primeras del ranking de exportación.

La Unión Europea ha sido siempre el principal destino del ajo español y el año pasado se comercializaron más de 96 mil toneladas. Aunque son buenas cifras, nuestro país compite con China en materia de exportación de ajo Spring. El gigante asiático tiene saturado los mercados europeos con precios bajos, a los que España no puede hacerles sombra.

En cuanto a la importación española de ajo se situó en 2017 en 4.468 toneladas, un 40% menos que en 2016, por un valor de 8,7 millones de euros (-31%), según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.

PROTEGEMOS TU IMAGEN

Marca la diferencia

Marca
Frescura
Higiene
Ecológica
Calidad



FEDEMCO
FEDERACION ESPAÑOLA DEL ENVASE DE MADERA Y SUS COMPONENTES

www.fedemco.com



Oscilaciones en los precios del melón manchego

Este año la campaña del melón de Castilla-La Mancha se ha caracterizado por los altibajos en los precios, con tendencia a la baja durante el comienzo de temporada y un pequeño repunte en la recta final.

Tras un inicio de temporada con precios al alza de hasta 55 céntimos el kilo, los agricultores manchegos han visto como en los últimos días de agosto las pérdidas llegaban al 50% en campo, por la nefasta caída las cotizaciones del melón, con cifras de entre 13 y 15 céntimos el kilo para el extra; y de 9 a 12 para el de primera categoría. Esta situación, llevó a muchos productores a dejar de recolectar los de segunda categoría para evitar caer en la ruina.

La escasez del melón extra ha aumentado su demanda y su precio, levemente, en la recta final de la campaña.

Sin embargo, después de un final de verano pésimo para los productores de melón, la escasez de la categoría extra ha llevado a un aumento en la demanda por parte de los mercados, traduciéndose en un repunte del precio en la recta final de la campaña de 14 céntimos más el kilo. Por tanto, en la última sema-



na de septiembre según los datos de la Lonja Hortofrutícola del Melón de Castilla-La Mancha, el melón extra cotizó entre 30 y 34 céntimos el kilo, mientras que el de primera categoría osciló entre los 22 y el de segunda categoría sobre los 14 y 17 céntimos.

Aunque esta buena noticia ha dado un respiro a los productores y puede hacer equilibrar las pérdidas sufridas, el presidente de la Interprofesional del Melón y la Sandía de esta Comunidad Autónoma, Cristóbal Jiménez, ha señalado que “en la agricultura hay que hacer medias de 3 a 5 años”. Pues una de las principales causas de la caída ruinosa de precios ha sido la saturación de melones en los mercados.

Este año, además, la producción ha sido de muy buena calidad gracias a la estabilidad climática, “con un grado de maduración excepcional”, según comentaba Jiménez, superando en volumen a otras temporadas (unos 40.000 kilos por hectárea de melonar). Provocando un exceso de oferta, pero no de demanda. Aunque esta saturación en los mercados, según puntualiza Cristóbal Jiménez, no ha significado una rebaja en los precios de cara al consumidor para favorecer la comercialización.

Reducir o exportar

Desde la Interprofesional manchega se exponen dos soluciones: disminuir el número de hectáreas -5.800 de melón y 2.600 de sandía en esta temporada-, o abrir mercados en el exterior. En este sentido, Cristóbal Jiménez ha indicado que si los agricultores no van “todos a una” será la “ruina” y propone vertebrar el sector para defender los intereses del productor frente a la gran distribución.

En estos momentos los melones y las sandías que salen al mercado son los últimos plantados. Los agricultores de La Mancha han conseguido alargar la producción durante tres meses y hasta finales de octubre serán los únicos en la tienda. El producto procedente de Brasil hará después el relevo.

La saturación en el mercado no se ha traducido en una rebaja de los precios de cara al consumidor.

UNIQ

garantía · calidad · cartón

Descomposición:
2 meses



Descomposición:
400 años



DESCUBRE MÁS EN FRUIT ATTRACTION.
IFEMA, 23 AL 25 DE OCTUBRE 2018
PABELLÓN 3. STAND 3C13



SOMOS GARANTÍA, SOMOS CALIDAD,
SOMOS CARTÓN, SOMOS UNIQ
www.grupouniq.com | www.afco.es



Entrevista a **Raúl Calleja**. Director de Fruit Attraction

En una década Fruit Attraction se convierte en el referente mundial de las frutas y verduras

Fruit Attraction cumple en esta edición su X Aniversario consolidándose como el gran referente internacional del sector hortofrutícola. Hemos hablado con el director de esta feria, Raúl Callejas quien nos ha desvelado que en solo 10 años, este encuentro mundial, ha pasado de los 8.400 participantes a más de 70.000.

ECA FRUITS: ¿Qué supone para España que se cumplan 10 años de este encuentro hortofrutícola?

Es un orgullo y es el fruto del intenso trabajo de todos los que forman el sector. España es el primer exportador de la Unión Europea y uno de los tres primeros exportadores a nivel mundial, además de ser uno de los principales productores del mundo. Por lo que tiene la feria que le corresponde y la que demandaba la propia industria.

Como director es todo un honor y una responsabilidad tener la oportunidad de contribuir con el sector hortofrutícola español, desarrollando con FEPEX una plataforma de primer nivel que en solo diez años se ha posicionado como uno de los principales encuentros comerciales de todo el mundo. No tengo más que palabras de agradecimiento al equipo, a todos los que han aportado su granito de arena y al el sector hortofrutícola que confió en este proyecto.

ECA FRUITS: ¿Qué balance nos puede hacer de estos diez años?

El esfuerzo y el trabajo están dando sus frutos. Afirmamos unas excelentes cifras de participación con un crecimiento del 16% tanto de expositores como de superficie. La primera edición contabilizó una superficie ex-

positiva de 7.400 metros cuadrados y registró la participación de más de 8.400, pero en esta edición se superan los 45.000 metros cuadrados y se esperan más de 70.000 asistentes. Con estas cifras se confirma la confianza del sector en esta feria de primer orden al servicio de las empresas como plataforma de impulso y expansión internacional.

ECA FRUITS: ¿Cuál diría que ha sido la clave del éxito de Fruit Attraction?

Es la conjunción de muchas razones. España es un país fundamental dentro de la industria hortofrutícola, lo que hace que tenga una gran capacidad de





El sector goza de buena salud pero está en permanente estado de alerta y revisión, especialmente por todos los nuevos cambios disruptivos que azotarán al mercado en los próximos 10 años: la irrupción de la biotecnología, la nueva cadena de valor, los perfiles de los nuevos consumidores, la entrada del comercio online en el sector de frescos, etc.

Mantener las primeras posiciones requiere infraestructura empresarial, inversiones en actualizar y tecnificar las explotaciones hortofrutícolas, incorporando a los procesos mejoras para reforzarlo y asegurar su sostenibilidad en el futuro. Es preciso profundizar en la diversificación de las ventas en el exterior y agilizar el levantamiento de barreras fitosanitarias existentes en muchos países. Por otro lado, se debe acelerar el proceso de innovación, reforzando los fondos y programas destinados a financiar las explotaciones.

atracción de comprador, por su variedad, por su calidad y por su historia: siempre nos han llamado 'la huerta de Europa'. En segundo lugar, la feria se celebra en octubre, mes clave en la planificación de campañas para las cadenas de distribución de cara al invierno, siendo un encuentro comercial real. Esta no es una feria para ver cosas sino para cerrar acuerdos, planificar suministros y campañas.

Y en tercer lugar, la conjunción y la coordinación entre FEPEX e IFE-

MA. Ellos tienen el knowhow sectorial. También se ha trabajado mucho estos años en la demanda, en el visitante profesional, en el que se invierte mucho dinero a través del programa de compradores internacionales. Hoy podemos decir que a Fruit Attraction no vienen sólo visitantes nacionales o europeos, sino de todo el mundo, concretamente de 120 países.

ECA FRUITS: ¿Y cuál es la tendencia actual dentro del sector?

hortamira
S. COOPERATIVA LTDA.



Plan Renove en Andalucía para modernizar los invernaderos

La Junta de Andalucía ofrece una línea de ayudas a los agricultores para sustituir sus invernaderos por otros de tecnología más avanzada. Este Plan Renove inicia su primera convocatoria con 30 millones de euros, de un total de 100 millones, que están previstos subvencionar hasta el año 2020.

Para el consejero de Agricultura, Rodrigo Sánchez Haro, "se trata de medidas y decisiones que permiten seguir avanzando para que el sector agrario andaluz, y especialmente el de la agricultura intensiva, sea un referente nacional y más allá de nuestras fronteras, al tiempo que ponen



de manifiesto que Andalucía es la comunidad que más invierte en la mejora y modernización del sector". De esta forma, las instalaciones de invernaderos más envejecidas podrán

sustituirse por otras con tecnologías más avanzadas, mejorando el rendimiento y sostenibilidad global de las explotaciones agrarias para cultivos intensivos.



infoAgro EXHIBITION

EPICENTRO DE NEGOCIOS DEL PRODUCTOR AGRÍCOLA

PALACIO DE CONGRESOS DE AGUADULCE ROQUETAS DE MAR - ALMERÍA
DEL 22 AL 24 MAYO 2019

WWW.INFOAGROEXHIBITION.COM



500
EXPOSITORES
EXHIBITORS

39.000
VISITANTES
PROFESIONALES
PROFESSIONALS VISITORS

17.000m²
DE EXPOSICIÓN
OF EXHIBITION

20
PAÍSES
COUNTRIES

III FERIA DE AGRICULTURA INTENSIVA

CONFERENCIAS

PRESENTACIONES

ENCUENTROS B2B/B2C

PREMIOS

PRESTOP®

El control biológico de enfermedades ya es posible
Registrado contra Botrytis, Mycosphaerella y enfermedades de raíz
Sin plazo de seguridad



**¡Nuevo
fungicida!**

¡También registrado
en Semilleros!

DOSSIER

HORTÍCOLA INVERNADEROS

Redacción: Juan Herrera - Periodista agroalimentario

Los invernaderos miran al futuro

El modelo productivo bajo plástico apuesta por la innovación para ser más eficientes y sostenibles.

Surgidos a mediados del siglo XIX en territorio holandés para el cultivo de uvas, los invernaderos han evolucionado de manera vertiginosa a lo largo de la historia hasta convertirse en lo que son hoy día: un sistema productivo de referencia en todo el mundo, que asegura que en cada rincón del planeta haya frutas y hortalizas en los doce meses del año.

El gran descubrimiento en sus inicios fue que el cultivo en invernaderos con calefacción y con un alto nivel de cristal en su composición incrementaba el rendimiento, y que las plantas crecían más rápidamente cuando les daba más luz y cuando el entorno cálido era constante. Ello permitió que en zonas como los Países Bajos, se desarrollaran plantaciones propias, por sus condiciones climatológicas, de los países cálidos, y la producción hortofrutícola mundial aumentara exponencialmente.

Desde los primeros invernaderos, más rudimentarios, hasta los de última generación, como los actuales, ha llovido mucho, y España, desde que los introdujo en los años 60 del pasado siglo, se ha convertido en el auténtico referente de este modelo de producción. No en vano, nuestro país es, según los últimos estudios realizados, el segundo país del mundo con más superficie de invernaderos, con 70.000 hectáreas, solo por detrás de China.

De esa cantidad, unas 45.000 hectáreas se reparten en la zona su-

deste del país, con Murcia, Granada y, sobre todo, la provincia de Almería, como principal exponente. Gracias a este mar de plástico, los 500 millones de ciudadanos europeos pueden tener en su cesta de la compra frutas y hortalizas los 365 días del año, con la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente como máxima fundamental.

Sostenibilidad

Y es que los invernaderos son estructuras que protegen los cultivos, contrarrestando las inclemencias del

EVOLUCIÓN SUPERFICIE DE INVERNADEROS EN ALMERÍA

AÑO	NÚMERO DE HECTÁREAS
1963	0,01
1965	0,25
1968	30
1969	75
1971	1.114
1976	3.440
1979	6.386
1985	10.905
1993	23.140
2000	24.764
2010	28.756
2016	30.007
2017	31.034

viento y el frío, pero es gracias a la innovación y el buen hacer de los agricultores que gozamos hoy en día de uno de los modelos de producción más eficientes y sostenibles del planeta. El futuro del sector pasa, sin duda, por ahí, y los agricultores así lo han entendido.

Ser precisos en los consumos de agua, energía o generación de residuos son algunas de las prácticas más extendidas en el modelo bajo plástico nacional, como también lo es la implantación de sistemas de gestión de calidad de productos, con exigentes sistemas de certificación de calidad, de estándares de producción integrada y sistemas de gestión medioambiental.

O el control biológico de plagas, uno de los grandes logros de los úl-

timos años, que ha permitido reducir el uso de fitosanitarios gracias a la puesta en práctica de la lucha biológica contra las plagas. Se trata de un sistema de control de los organismos que causan enfermedades a los cultivos usando para ello a sus depredadores naturales, que pueden ser insectos, hongos o bacterias.

Los invernaderos componen también un modelo productivo a la vanguardia en el uso eficiente de recursos hídricos, logrando consumir hasta un 50% menos que el resto de sistemas agrícolas. Ejemplo de ello es el impulso, por parte de un conjunto de empresas granadinas, del grupo operativo de innovación que investiga la implantación de sistemas de riego más eficientes en cultivos hortícolas bajo invernadero. Una experiencia que se está llevando a cabo

en tomate, con el objetivo de analizar estrategias que permitan el máximo aprovechamiento de los recursos hídricos, minimizando los lixiviados agrícolas en las zonas productoras, garantizando la calidad, el sabor y las cualidades organolépticas óptimas de los productos.

Pero no solo se viene avanzando en materia hídrica. En el caso concreto de los invernaderos almerienses, la técnica del blanqueado de los invernaderos ha provocado un efecto de disminución de la temperatura en la zona por reflexión de las radiaciones solares, conocido como "efecto Albedo", y que, hoy en día, es motivo de estudio en universidades de California. La causa es que el color claro de la gran masa de invernaderos, como ocurre con el color de la nieve en los polos, genera un efecto de reflexión



Bio



Disfruta
Huercasa Bio

Fácil, rápido y delicioso





de la radiación solar produciendo un efecto de enfriamiento.

Por otro lado, se ha constatado que los invernaderos actúan como un verdadero sumidero de dióxido de carbono, y cada hectárea de invernadero absorbe la emisión diaria de ocho coches. Además, en los invernaderos de la costa mediterránea española, más del 95% de la energía que utilizan proviene exclusivamente del sol, frente a los invernaderos de otras zonas productoras, de latitudes más frías, cuya fuente de energía para cultivar es la calefacción, por lo que son contaminantes.

Residuos

Otro de los factores de gran importancia en el terreno de la protección del medio ambiente en cualquier sistema de producción son los residuos. De este modo, en el caso de los plásticos, el 100% son reciclados una vez que son desechados del invernadero. Por otro lado, la otra fuente de posibles residuos, los restos vegetales, también han encontrado (gracias a los esfuerzos e inversión en innovación) una utilidad como subproductos para la producción de energía renovable y que es reutilizada como compost vegetal en el invernadero.

Nuevas variedades

Los últimos avances bajo plástico han permitido, asimismo, introducir nuevas variedades o recuperar algunas olvidadas en las zonas productoras. Es el caso de la uva, en la provincia almeriense. Los parrales olvidados tras la caída de la uva de embarque se están extendiendo en la provincia bajo otras formas de cultivo; nuevas variedades, híbridas, plantadas en una estructura de invernadero, protegidas por plástico, en los laterales y mallas en el techo. Entre las ventajas: el adelanto de la cosecha, y un mayor rendimiento y protección frente a las plagas.

La investigación también avanza, entre otros casos, hacia la introducción de nuevas variedades de tomate, con más sabor, más vida útil y mejor resistencia a los virus; así como hacia nuevos tipos de frutos rojos, en la zona onubense, como moras y arándanos, que permiten disfrutar de berries prácticamente todo el año. Así, se utilizan herramientas informáticas que facilitan a los profesionales del sector, y en tiempo real, datos de productividad y rendimiento de las distintas variedades y ciclos productivos.

Más eficacia

Fuera de nuestras fronteras también se trabaja en materia de los cultivos protegidos. Sin ir más lejos, en Rusia, país con unas condiciones completamente diferentes a las de nuestro país, investigadores han desarrollado una instalación que procesa semillas para conseguir una germinación más intensa en los invernaderos, creando condiciones óptimas para germinar más rápidamente, permitiendo además obtener unas plantas fuertes y resistentes.

La nueva instalación imita las condiciones de germinación de semillas gracias a las matrices de diodos de diferentes espectros luminosos. Las condiciones de iluminación cambian en función de los parámetros más importantes: temperatura, humedad y tiempo de acción, pudiendo duplicar el rendimiento de los cultivos y reducir notablemente su período vegetativo. Además, permite a la agricultura intensiva un mayor nivel de automatización y autonomía.

En definitiva, un sistema de invernaderos más sostenible, eficaz, eficiente y productivo no es el futuro, es el presente. Y así lo ha entendido el sector en los últimos años.





eCOMERCIOAGRARIO.COM

Periódico digital de actualidad política y económica del sector agrario internacional

eCOMERCIOAGRARIO.COM

eCOMERCIOAGRARIO.COM

eCOMERCIOAGRARIO.COM

eCOMERCIOAGRARIO.COM

eCOMERCIOAGRARIO.COM

El mundo agro
en tus manos



Síguenos en:  @eComercioAgr  @ecomercioagrario

Suscríbete a nuestros boletines

La fruta de hueso gana terreno a la de pepita en España

La fruta dulce no se trata de un sector homogéneo en España tanto por las diferencias entre los frutales de hueso y los de pepita como por las existentes en las diferentes zonas productoras respecto a las mismas especies. En los últimos años además se ha producido un claro avance de la primera sobre la segunda e incluso un trasvase de cultivos de unas zonas a otras.

Las estadísticas oficiales actuales sobre superficie cultivada de fruta del propio Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) son significativas acerca de la actual situación del sector. La fruta de pepita ha perdido 25.285 ha de cultivo en los últimos quince años y en contraposición la de hueso ha ganado 2.594 ha.

Frutas de pepita

En el año 2002 el Ministerio contabilizaba a través de la Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de cultivos 44.674 ha de manzano. En 2017, la misma Encuesta rebaja la producción a 29.080 ha, a las que hay que sumar otras 4.124 ha como manzanos no comerciales. En lo que llevamos de siglo se ha perdido un tercio de la superficie cultivada de manzano y además más de 8.000 de las hectáreas que existen en la actualidad se destinan a la elaboración de sidra.

En el caso del cultivo del peral ha ocurrido prácticamente lo mismo. En 2002 había 32.355 ha plantadas y el año pasado únicamente se contabilizaban 19.898 ha. El descenso ha sido menos relevante en el níspero: de

3.215 ha en 2002 se pasa a las 1.775 ha de la actualidad.

Frutas de hueso

En la fruta de hueso las cifras son diferentes, salvo en el ciruelo que baja sensiblemente y en el cerezo que lo hace ligeramente. De albaricoqueros existía en 2002 una cantidad de 23.314 ha y en 2007 un total de 24.998, ligero aumento pues; de ciruelo 20.402 ha en 2002 y en la actualidad 12.871, importante descenso, y en cuanto a melotonero/nectarina de 71.624 ha en 2002 hemos llegado a las 80.305 ha del pasado año, un incremento relevante. En cerezos las cantidades son muy parecidas: 33.143 ha en 2002 por 32.906 ha en 2017.

Estas cifras de aumento de hectáreas en la fruta de hueso, y sobre todo en la producción de melocotonero/nectarina, pone de manifiesto un desequilibrio por una situación continuada de sobreoferta. El nivel óptimo de comercialización podrían ser 1,4 millones de toneladas y en 2017 por ejemplo se comercializaron 1,66 millones, mientras que en 2014 fueron 2 millones de toneladas.



La fruta de pepita ha perdido 25.285 ha en los últimos quince años y la de hueso ha ganado 2.594 ha.

Otros datos importantes para observar la progresión de la fruta de pepita y la de hueso es el del estado de la producción. De acuerdo los datos disponibles del MAPA, en manzano sólo hay 3.480 ha en plantación de primer año y joven y en peral 2.503 ha; mientras que de albaricoquero hay 7.874 ha y de melocotonero/nectarina 20.960 ha, poco más o menos la producción de peral existente.

Lleida, la provincia frutícola más importante de España, es un caso significativo. Ha abandonado en quince años más de 9.200 ha de fruta de pepita y por el contrario ha aumentado la de melocotonero/nectarina en más de 6.200 ha.



La fruta de pepita pierde así hectáreas y mercado en España, casi al mismo ritmo que la fruta de hueso suma superficie y conquista Europa, tal vez debido a la falta de adecuación de nuestra fruta a los requerimientos del mercado. A su vez, los consumidores encuentran cada vez más competencia en los mercados de fruta de pepita procedente de Italia, Polonia, Francia o Bélgica.

La fruta está organizada en OP, pero de pequeña dimensión

El grado de organización del sector en España es elevado, pues el 67% de la producción de fruta de hueso se comercializa a través de Organizaciones de Productores (OP) y la cifra se eleva hasta el 75 % en el caso de la fruta de pepita.

Mucha organización eso sí, pero de dimensión reducida. En fruta de hueso el valor medio de la producción comercializada es de 3 millones de euros anuales y de 2 millones de euros en fruta de pepita, frente a una media para el conjunto de las frutas y hortalizas de 11 millones de euros. La atomización es muy grande y en fruta dulce hay 217 OP de fruta de hueso y 137 OP de fruta de pepita, lo que suma un total de 584 Organizaciones de Productores, mientras que por ejemplo Italia con una producción frutícola similar a la nuestra

Casi una de cada dos manzanas que se consume en España proviene de fuera. El sector aboga por promocionar las nuestras.

no llega ni a la mitad, concretamente 280 OP.

A las Organizaciones de Productores (OP) se les achaca no hacer un uso eficaz de los instrumentos que ofrecen los programas operativos y el reglamento de la Organización Común de Mercados Agrarios (OCMA)

para hacer frente a situaciones de crisis como la presente, incluso cuando dichos instrumentos llevan consigo financiación comunitaria.

PRINCIPALES RETOS DEL SECTOR

Planificación de campañas

El sector adolece de una falta de planificación en las campañas sin que se adopten medidas suficientes para desincentivar su producción o para dirigir la reconversión hacia otro tipo

DOP PERAS RINCÓN DE SOTO



La cosecha de este año será de 22.000 Tm, inferior a la pasada por dos motivos. En primer lugar, por adversidades climáticas como el pedrisco y porque en la campaña pasada se alcanzó un récord de producción por ha y este año las producciones han sido las normales.

La campaña pasada en la DOP Peras Rincón de Soto de la Rioja se partía de una cosecha récord de 23.200 Tm, por lo que el reto de ventas era importante. Finalmente se vendieron 13.444.977 kg, lo que supone un aumento de 2.126.973 kg respecto al año anterior y un aumento total del 18,79%. La campaña fue así muy buena, siendo capaces de aumentar las ventas en más de dos dígitos. El resto de la producción no llega al estándar de calidad, por lo que se comercializan con marcas particulares y no con la D.O.P. Peras de Rincón de Soto.

El 95% de las ventas de la DOP Peras Rincón de Soto se realizan en España y tres comunidades autónomas (País Vasco, Madrid y Cataluña) suponen el 74% de las mismas, destacando el gran aumento este año en Madrid (26%). Del resto, cabe destacar el buen comportamiento de la Comunidad Valenciana donde esta campaña pasada se intensificó la publicidad, ya que es un mercado en el que pretenden crecer en los próximos años y respondió muy bien ya que las ventas superaron los 700.000 kilos. El 5% restante que va a la exportación se centra en Francia e Italia

El principal problema que se encuentran en los mercados es la propia competencia que se hacen sus 22 empresas asociadas. En cuanto a comercialización pretenden potenciar mercados como Andalucía o Galicia y aumentar el % de pera exportada.

El 95% del sector comercializador de La Rioja está asociado a esta Denominación y abarcan el 65% de las fincas de perales situadas en su Zona Acogida (que no es toda La Rioja). Para la próxima campaña esperan poder llegar al 75% de las plantaciones de su Zona Acogida inscritas en la Denominación.

El sector de la fruta no dispone de una interprofesional para realizar, entre otras cosas, campañas de promoción muy necesarias.

de variedades, empleando para ello las posibilidades que ofrecen los programas operativos. Se reclama desde los productores un programa de abandono de explotaciones mediante el cese de actividad que afectaría especialmente a las de personas de mayor edad y a las explotaciones más viejas. También apostarían por una limitación de nuevas plantaciones.

La crisis de precios reiterada que ha sufrido el sector en las últimas campañas ha impedido innovar como sería deseable. El plan de reconversión varietal es especialmente necesario para manzana y pera, ya que hay plantaciones con variedades que no se adaptan a las necesidades del mercado o tienen rendimientos poco competitivos. Pero también debería incluir el melocotón y la nectarina para desestacionalizar la producción (arranque de variedades de julio y agosto para reconvertirlas en variedades tempranas o tardías).

Aumentar el consumo

El consumo de fruta en los países de la Unión Europea y España, aunque es uno de los países con mayor consumo per cápita en Europa, es muy inferior a los niveles recomendados por las Organizaciones Internacionales más importantes en materia de sanitaria. Aún es más reducido el consumo si nos vamos al segmento de la población infantil, lo que es un dato sintomático de cara al futuro.

La caída del consumo interior es especialmente patente en melocotón

y nectarina, un 22 por ciento de caída en diez años frente a un aumento del consumo total de frutas de un 4% en el mismo periodo.

El caso de la manzana es aún más evidente. Diversos estudios realizados reflejan que una de cada dos manzanas que se consume en España es de importación. El consumo de peras y manzanas a nivel europeo ha crecido un 1,3 por ciento, gracias al aumento en países como Italia (+5,3 por ciento), Países Bajos (+4,3 por ciento) o Alemania (+3,1 por ciento), en España ha descendido hasta un 3,6 por ciento.

Los volúmenes de importación española en el caso de la nectarina fueron de 7.606 toneladas y en melocotón 3.777; mientras que en manzana las importaciones ascendieron a 207.287 toneladas por un valor de 203,9 millones de euros.

Manel Simon, director general de Afrucat, señala que “estamos en un momento económico crucial para la fruticultura, con una buena producción altamente competitiva; por tanto, es el momento de promocionar lo que es nuestro como hacen en el resto de Europa”.

El comité de la fruta de pepita de Fepex también ha coincidido en pedir al consumidor que exija fruta autóctona en el punto de venta y que opte por aquellas enseññas que apoyan la producción. También han pedido más sensibilización a todas las cadenas que aún no han hecho la apuesta por apoyar las zonas de producción españolas y su economía. En cuanto a la administración se le ha solicitado que continúen en la línea en la que ya trabajan, con las estrategias de proximidad y las reuniones con las cadenas para pedirles que prioricen la producción española.

Una interprofesional del sector

La promoción es un problema porque el sector de la fruta no dispone tampoco de una organización interprofesional, tan solo algunas

CRDO MELOCOTÓN DE CALANDA

La campaña del Melocotón de Calanda viene muy retrasada, circunstancia inusual en los últimos veinte años, aunque van a intentar certificar el mismo volumen que el año anterior. Cabe destacar los altos parámetros de calidad de la fruta durante esta campaña. Confían que la climatología respete el tiempo que queda de recogida y se pueda seguir con este alto nivel de calidad

La mayor parte del producto se destina al mercado nacional, aunque se intenta realizar campañas y acciones que aumenten el consumo a nivel europeo. Los principales mercados europeos son Francia, Italia, Alemania y Suiza. No hay que olvidar que el melocotón es un producto perecedero, que no puede enviarse a destinos que supongan muchos días de transporte, y que el de Calanda además viene en una época del año en la que dependiendo de la climatología -sobre todo en Europa- se frena drásticamente el consumo.

Desde el CRDO desean hacer hincapié en el fraude, pues se vende mucho melocotón de Calanda desde junio hasta octubre y noviembre que no lo es. Su campaña empieza en el mes de septiembre e intentan recordar al comprador que debe buscar el logotipo de la Denominación de Origen en la etiqueta y así asegurarse que compra “auténtico melocotón de Calanda”.



marcas de calidad. Una interprofesional, además de constituir un foro sectorial en el que se podrían analizar los problemas que les afectan, podría ser un instrumento de primer orden para poder realizar campañas de promoción de entidad y alcance financiadas por la Comisión Europea, máxime cuando la falta de promo-



ASOCIACIÓN DE FRUTICULTORES DE EXTREMADURA (AFRUEX)

La campaña de la fruta ha sido para la Asociación de Fruticultores de Extremadura (Afruex) complicada debido a las condiciones climáticas de la pasada primavera y al retraso acumulado. Un comienzo infructuoso con una calidad no acorde a lo normal en la región y un medio y final de campaña con buena fruta, pero bajos volúmenes.

Afruex dirige su producción a todos los mercados europeos, pero están muy centrados y son especialistas en transportes por ultramar: caso de Canadá, Brasil, Colombia, Sudáfrica, Emiratos Árabes, Malasia o China.

Sus retos de futuro pasan por seguir abriendo mercados para crecer y sobre todo pensando en el Brexit, ante la incertidumbre por si fuese necesario desviar productos a otros mercados.

Afruex ha empezado a comercializar ciruela bajo la marca de garantía "CIEX, Ciruela de Extremadura", una marca de calidad para la fruta de calidad extremeña. Así mismo han presentado la solicitud para ser reconocidos como asociación de OPFH.

ción del producto es también uno de los problemas que arrastra el sector.

Nuevos mercados para compensar el veto ruso

El 94% de la fruta de hueso española se exporta dentro de la Unión Europea y de ahí que la exportación a terceros países sea prácticamente residual, por lo que se hace necesario explorar nuevos mercados potenciales.

El cierre de las fronteras rusas a las exportaciones comunitarias por causas políticas en 2014 forzó al sector a buscar otros mercados para las 120.000 toneladas que se

exportaban directamente desde España. Para paliar los efectos negativos del cierre del mercado ruso, Bruselas puso en marcha diferentes medidas de apoyo como la retirada de frutas del mercado para evitar excedentes por un volumen superior a los 30 millones de euros, insuficientes a juicio del sector.

La caída del consumo, sumado al exceso de producción en algunas producciones de fruta de hueso y a las barreras a las exportaciones han sumido al sector en una encrucijada de la cual pretende salir con el apoyo de la Administración.

Propuestas del Ministerio de Agricultura

Así, frente a las demandas del sector, el Ministerio de Agricultura ha lanzado una propuesta de plan de medidas de mejora. En la parte coyuntural, se ofrece una fiscalidad reducida y dos millones de euros para avalar créditos hasta un total de 40 mi-



llones de euros a un tipo de interés del 1,75% a cinco años y con uno de carencia.

No se rechaza la medida de erradicaciones, pero sin coste para el Estado y en base a los fondos que pueden manejar las propias organizaciones de productores. En relación con la petición de limitar nuevas plantaciones, Agricultura advierte que la normativa comunitaria lo impide y plantea un mayor control e información desde el sector sobre las mismas.

La Administración está de acuerdo con una potenciación de las organizaciones de productores y con la constitución de la interprofesional de la fruta, así como sobre la necesidad de potenciar los contratos tipo, el fomento de la calidad de la demanda, la mejora de la cadena alimentaria, la puesta en marcha de un código de buenas prácticas y el apoyo a la exportación.

IGP POMA DE GIRONA

La IGP Poma de Girona trabaja en diversos planes para adaptarse a una producción sostenible y de proximidad. Uno de ellos es el GiroReg que permite ahorrar entre un 25-30% de agua mediante la utilización de sondas situadas bajo el suelo y conectadas a internet (IoT). Se encuentran colocadas en más de 130 puntos de control de las zonas de producción y permiten conocer el volumen de agua que se está utilizando.

Otro proyecto para la sostenibilidad es el Fruit.net, que se basa en el uso de métodos biológicos para el control de plagas. La provincia de Girona es uno de los tres únicos territorios del mundo con casi un 100% de la superficie de producción cubierta con confusión sexual contra la carpocapsa, la principal plaga del manzano. Otro de los planes se refiere a la renovación varietal de las manzanas, especialmente las Gala con color, las cuales se han adaptado para poder aclimatarlas mejor a las altas temperaturas del verano.

poma de
girona
indicació geogràfica protegida





Tomate Kumato[®], una tipología de tomate marrón oscuro que reinventa el mercado

Su creciente presencia en los mercados ha supuesto un paso más en el desarrollo y diversificación del tomate dentro del panorama agrícola.

El sector del tomate es un ejemplo de la consolidación e importancia de la agricultura española, un signo más del papel de este país como referente en materia de comercialización exterior. Así lo demuestran los datos que, año tras año, sitúan a España en los primeros puestos del ranking mundial en exportación hortofrutícola.

Actualmente, las líneas de trabajo de los productores y comercializadores apuntan a una mejor difusión de las características saludables del tomate. Mientras, desde los centros de investigación, se continúa apostando por nuevas variedades que presenten mayor calidad inicial y vida útil.

Entre ellas encontramos Kumato[®], la joya de las tipologías del to-

mate, resultado del cultivo y maduración del producto en las condiciones climáticas óptimas, así como de la cuidadosa selección antes de su comercialización.

De esta manera, el Kumato[®] se caracteriza por su tonalidad, que oscila del color verde dorado al marrón oscuro característico, y por su intenso sabor. Esta variedad es más dulce que los tomates tradicionales; además tiene connotaciones ligeramente ácidas, produciendo en el consumidor una sensación única y bien definida. En cuanto al calibre, éste suele situarse entre los 80 y 120 gramos por fruto, con un diámetro de unos 5 o 6 centímetros.

Este característico tomate de color marrón oscuro, es comercializado en Europa por Syngenta, una empresa referente en el sector, que cultiva el Kumato[®] en México, Francia, España, Bélgica, Suiza, Estados Unidos, Australia y Japón. Concretamente, en nuestro país, las plantaciones de este tomate se encuentran principalmente en la provincia de Almería y en la Región de Murcia.

Una apuesta de Syngenta

Syngenta creó mediante mejora genética clásica una variedad de tomate de color marrón oscuro, y a su vez decidió crear y registrar una

marca, Kumato[®]. Dicho tomate no es solo un tomate marrón oscuro, sino que se ha mejorado en su calidad, en cuanto a sabor, brillo, uniformidad y homogeneidad.

El hecho de crear la marca Kumato[®], respondía a la necesidad de conseguir una señal de reconocimiento, diferenciándola del resto de tomates que había en ese momento en el mercado, pues hablamos ya de una historia de más de 15 años, y 10 de comercialización.

Este trabajo se desarrolla con un grupo de productores en unas localizaciones concretas, encargados de su producción y comercialización, lo cual les ha permitido conseguir una estabilidad en el sabor, tamaño y aspecto del tomate Kumato[®]. De esta forma se puede asegurar las características del producto, de manera que el consumidor disponga de un tomate con las características que espera y que pueda reconocer en el momento de la compra.

Los tomates Kumato[®] proceden de tomaters especiales que producen, de manera natural, frutos marrón oscuro y extraordinariamente dulces.

Una curiosidad científica, común a todos los tomates, es el alto contenido en licopenos, sustancia con propiedades antioxidantes.



Mammut®



¡Ahora!

con registro en Almendro



Almendro



Cítricos



Frutales de hueso
y pepita



Vid

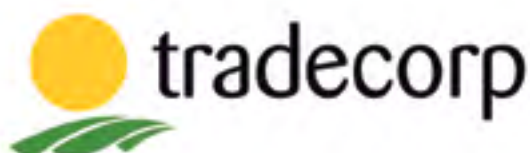


Olivo



Cereal

HERBICIDA DE GRAN EFICACIA CON EFECTO REMANENTE



C/Alcalá, 498 2º Planta
28027 Madrid
T. 91 327 29 30
F. 91 304 42 00
www.tradecorp.es

Escanee este código desde
su móvil para obtener toda la
información sobre el producto



Por: **Salvador Parra**
Director del Centro IFAPA La Mojonera
de la Junta de Andalucía



Las líneas de investigación en el tomate del Centro IFAPA La Mojonera

En el Centro IFAPA de la Mojonera estamos investigando la respuesta del cultivo del tomate al control del clima del invernadero, obteniendo resultados interesantes sobre el manejo del sombreado móvil en función de esta climatología y la fenología del cultivo, así como los umbrales mínimos de la integral de radiación para el cuajado de frutos. Hemos estudiado la aplicación del enriquecimiento carbónico en la atmósfera del invernadero mediterráneo para tomate y se ha puesto en evidencia, que el aporte de CO₂ a concentración variable, en función de la ventilación, mejora la producción y la eficiencia en el uso del agua y de los fertilizantes. De estos estudios también se deriva que tanto el sombreado como el enriquecimiento carbónico mitigan el efecto nocivo de la salinidad sobre la producción del fruto.

La obtención de variedades de calidad diferenciada como el tomate

El aporte de CO₂ a concentración variable, en función de la ventilación, mejora la producción y la eficiencia en el uso del agua y de los fertilizantes.

RAF y otros tomates asurcados requiere condiciones de estrés salino y térmico que limitan la productividad. A través de otro proyecto se ha podido establecer el rango de factores pre-cosecha para incrementar el rendimiento y mantener la calidad organoléptica de este fruto. Los resultados nos ofrecen información sobre los valores más adecuados para el control del clima y de la fertirrigación.

Avances en el control de plagas

Las investigaciones para el control de plagas en tomate se han centrado en desarrollar y mejorar los estudios sobre poblaciones, identificación de nuevos enemigos naturales, de eficacia y de efectos secundarios de productos químicos. Los resultados han sido el uso de plantas refugio para la instalación temprana de *Nesidocoris tenuis*, identificación de especies autóctonas para el control de *Tuta absoluta* y mejora de su estrategia de control o la determinación de productos fungicidas compatibles con los principales enemigos naturales utilizados en invernadero.

Otra línea interesante es la llamada "Biodiversidad y Biocontrol", la cual persigue fortalecer el control natural de las plagas hortícolas a través del correcto manejo de plantas autóctonas entre los invernaderos de Almería. Estas plantas nativas ofrecen recursos a los enemigos naturales de las plagas tales como alimento

en forma de polen o néctar, presas alternativas y refugios, aumentando su supervivencia, efectividad y el control biológico.

Dentro del Área de Protección de Cultivos trabajamos desde hace décadas en la Unidad de Virología, ya que periódicamente aparecen nuevos virus, con diferentes formas de transmitirse en los cultivos y no existen "viricidas". Hemos centrado las investigaciones en tres ejes principales: conocer bien el virus, saber cómo se transmite y desarrollar medidas de control. Esto nos ha permitido describir el primer método de control del Nueva Delhi, mediante el control biológico de su vector, la mosca blanca.

Desde la Unidad de Enfermedades Fúngicas de suelo, en el tomate hemos puesto de manifiesto enfermedades tales como la podredumbre de las raíces y de la base del tallo por *Fusarium oxysporum* o por *Phytophthora*; y explicado que el *Pythium aphanidermatum* y el *Colletotrichum coccodes* son capaces de ocasionar enfermedades subclínicas fuera de suelo. También hemos demostrado que el compost, a partir de restos de plantas enfermas de *Fusarium oxysporum*, no presenta riesgos de transmisión del patógeno.

Cultivo de tomate ecológico en invernadero

Desde el Área de Genómica y Biotecnología, hemos colaborado

en importantes proyectos (de la Fundación Genoma por ejemplo) para conseguir poblaciones de tomate con altísima variabilidad genética que puedan ser aplicados a programas de mejora. Y en cuanto a ecológico, hemos evaluado las posibilidades de variedades tradicionales de tomate en invernadero. En el inicio de la investigación se contamos con 65 variedades, descartando a éstas las que no respondían a los requerimientos sanitarios, productivos y organolépticos exigidos. En el segundo ensayo hemos evaluado el comportamiento agronómico en invernadero de las 12 variedades de calibre medio alto que resultaron del primer cribado. El cultivo se ha realizado certificándose como producción ecológica, valorando la productividad y la cali-

dad físico-química y nutricional del fruto.

Otra de las líneas estratégicas es la eficiencia en el uso de la fertirrigación. Se han llevado a cabo ensayos de cultivo hidropónico de tomate con el objetivo de reducir al máximo los contenidos en nitratos de los drenajes, a través de la depuración con lagunaje artificial (proyecto europeo H2020 FERTINNOWA). Igualmente se van a llevar a cabo ensayos de cultivo de tomate en suelo, optimizando mezclas de agua desalada y agua subterránea, con el objetivo de conseguir la mínima infiltración de agua de riego al suelo conteniendo nitratos, mediante riego automatizado con tensiómetros electrónicos y control de la salinidad mediante sondas de succión.

El Centro IFAPA La Mojonera

Actualmente el Centro IFAPA La Mojonera cuenta entre sus instalaciones, con 3 hectáreas de invernaderos experimentales, 5 laboratorios (fisiología, virología, genómica, control biológico, micología), 5 cámaras de cultivo, etc. En lo que respecta a proyectos de investigación y transferencia, desarrollamos en la actualidad 5 proyectos europeos, 7 proyectos del Plan de Desarrollo Rural - FEDER Andalucía, y 7 proyectos nacionales (INIA, MINECO). Igualmente se participa en 6 Grupos Operativos del PDR Andalucía y hay firmados 7 Contratos-Convencios con empresas. También ofrece un vasto programa de formación para agricultores y técnicos, cuyas investigaciones están disponibles en la plataforma de divulgación SERVIFAPA.



giropoma la manzana de Girona

Nuestras plantaciones, situadas en las fértiles llanuras de la provincia de Girona y rodeadas por los parques naturales del Alto y Bajo Ampurdán, nos proporcionan una fruta singular, mimada por nuestros agricultores bajo la tutela de nuestro personal especializado, y con la calidad que garantiza la IGP Poma de Girona.





Figura 1. Plantación comercial de almendro en regadío en su segundo año.

La mejora genética del almendro en el IRTA

En 1970, España producía alrededor del 25% del total mundial de almendra y actualmente solo el 4%, siendo el tercer país productor.

EEUU domina la producción mundial de almendras con un 80%, seguido de Australia (7%), basando su producción en variedades de cáscara blanda, mientras que en nuestro país, las principales variedades son las tradicionales de cáscara dura como 'Desmayo Largueta', 'Marcona' y diversas locales, con época de floración temprana, muy expuestas a las heladas tardías y a las consiguientes pérdidas de cosecha. Debido a la aleatoriedad de las producciones, el almendro era considerado como un cultivo complementario, situado en condiciones marginales, en suelos pobres, no aptos para otras especies y básicamente en secano con escasos cuidados culturales.

Pero actualmente, España es el país con mayor superficie, con unas 661.000 has. seguido por EEUU (405.000 has). Sin embargo, Australia solo tiene 39.662 has. Unos datos que reflejan que la producción no está directamente relacionada con la superficie, si no con la eficiencia productiva en cada país. En nuestro país, el 86% de la superficie se cultiva en

secano y, en muchos casos, secano duro con menos de 300 mm de lluvia anuales (Castilla-La Mancha, Murcia y Andalucía), obteniendo productividades muy bajas, algunas sin superar los 100 kg de grano/has. Aunque en los últimos 5 años, se ha duplicado la superficie en regadío, (de 5% a 14%), es pronto para hablar de un incremento, porque la mayoría de las producciones aún son jóvenes. (Figura 1). Sin embargo, las estimaciones

apuntan que para 2025 la superficie nueva plantada superará las 150.000 has y la producción será de más de 150.000 Tn.

Para ello, el futuro de este cultivo debe basarse en la mejora varietal, los nuevos modelos productivos en regadío y el manejo agronómico, ya que cuando se maneja igual que cualquier otro frutal, las producciones medias de almendro llegan a

España es el país con mayor superficie de almendro con unas 661.000 has. seguido por EEUU.



Figura 2. Frutos de la variedad de almendro del IRTA 'Vairo'.



Figura 3. Árbol de la variedad de almendro del IRTA 'Vairo'.



Figura 4. Plantación experimental de almendro de nuevos modelos productivos de alta densidad del IRTA, con árboles en eje y un marco de plantación de 3,5 x 1,2 m.

superar los 2.000 kg de grano/has. Las nuevas variedades y los nuevos modelos productivos pueden ayudar a mejorar su potencial productivo, pero aún se desconoce hasta donde. Las nuevas plantaciones intensivas y súper-intensivas aportan precocidad, mecanización total, recolección en continuo y elevadas producciones. Existiendo además margen de mejora en el avance de su manejo agronómico.

Aportación varietal del IRTA

El programa del IRTA de obtención de variedades de almendro por cruzamientos controlados se inició en 1975 y en actualmente dispone de 7 variedades, de las cuales 'Masbovera', 'Glorieta' y 'Francolí' se registraron en 1992. Ya en 2011, este Instituto obtuvo el Título de Obtención Vegetal para cuatro nuevas



Figura 5. Plantación comercial de almendro en alta densidad, con árboles formados en eje y un marco de plantación de 5 x 2 m.

Las estimaciones apuntan que para 2025 la superficie nueva plantada superará las 150.000 has y la producción será de más de 150.000 Tn.

variedades, 'Vairo', 'Constantí', 'Marinada' y 'Tarraco'. Las tres primeras, especialmente 'Vairo' (Figura 2 y 3), han tenido una excelente acogida en el sector y se han difundido muy rápidamente, con ventas que superan los 6 millones de árboles. 'Tarraco' se ha mostrado muy sensible a la monilia y mancha ocre, no siendo aconsejable en zonas donde estas enfermedades constituyan un problema.

En cuanto a sus cualidades, 'Vairo', 'Constantí', 'Masbovera', 'Glorieta' y 'Francolí' son de floración tardía y 'Marinada' y 'Tarraco' muy tardía. 'Vairo', 'Constantí', 'Marinada' y 'Francolí' son autofértiles, con un alto nivel de autogamia, mientras que 'Tarraco', 'Masbovera' y 'Glorieta' necesitan polinización cruzada. Pero todas ha mostrado una elevada productividad con facilidad de forma y poda, además de alto nivel de tolerancia a la fusicocum y a la mancha ocre. Estas variedades son de cáscara dura, buen aspecto de grano, sin almendras dobles y con buena aptitud para diferentes usos industriales. Aunque, desde IRTA siguen trabajando en mejorar aún más estas variedades, haciendo hincapié en: calidad, tolerancia a enfermedades y floración muy tardía.

Nuevos modelos en regadío

Modelo intensivo. basado en el modelo tradicional, formado en vaso, con marcos de plantación mucho más estrechos: 6 x 4 m, 5 x 5 m, 5 x 4 m y 5 x 3 m (400-666 árboles/has). Intenta reducir el período improductivo, aumentando la precocidad mediante el incremento del número de árboles de la parcela. La formación y el manejo de los árboles son similares al modelo tradicional en vaso clásico, pero con una poda menos severa o mínima.

La recolección con vibrador con paraguas invertido de ataque fron-

En 1970, España producía alrededor del 25% del total mundial de almendra y actualmente solo el 4%, siendo el tercer país productor.

tal o trasero, ya no es útil porque las calles son demasiado estrechas. Pueden usarse máquinas vibradoras autopropulsadas, lonas, fardos o máquinas cabalgantes.

En cuanto a la productividad, aunque faltan datos, se han obtenido producciones superiores al modelo tradicional, superando los 3.000 kg de grano/has, e incluso los 4.000 kg.

Modelo súper-intensivo: basado en estrechar todavía más los marcos de plantación y cambiar el sistema de formación de los árboles pasando de un vaso clásico a un eje o un muro frutal (Figura 4 y 5), de forma parecida al utilizado en el olivo, con recogida mediante máquinas cabalgantes. Los marcos más utilizados son entre filas 3-3,5 m y entre árboles: 1-1,5 m (2.500-2.800 árboles/has), con porta-injertos de vigor moderado a débil, ya que es necesario que el árbol tenga unas dimensiones reducidas (Figura 6), usando variedades con elevada ramificación y con hábitos de fructificación principalmente en ramilletes de mayo y brindillas. Formación en eje o muro frutal, gestionado mediante poda mecánica, con alguna intervención manual y recolección con máquinas cabalgantes utilizadas en las plantaciones de olivos en alta densidad pero modificadas.



Figura 6. Plantación comercial de almendro en alta densidad con el modelo súper-intensivo.

IsliFe 8.2 de Tradecorp, la apuesta por una agricultura sostenible

Este innovador producto de bajo impacto ambiental se fabricará exclusivamente en la planta de Sanchidrián, Ávila.

Tras 10 años de investigación, Tradecorp presenta Islife 8.2, un novedoso quelato de hierro que corrige y previene carencias de hierro incluso en condiciones desfavorables, como suelos calcáreos y alcalinos en condiciones extremas de pH. La principal característica de este innovador producto es su diseño, capaz de mos-

trar una biodegradabilidad progresiva, que le permite ofrecer al mismo tiempo un bajo impacto ambiental, gracias a su degradación, y una alta persistencia, al degradarse de forma progresiva y gradual a lo largo del ciclo del cultivo.

La fabricación de Islife 8.2 se hará íntegramente en España, en la planta que Tradecorp tiene en la localidad abulense de Sanchidrián y que, recientemente ha sido remodelada. Desde este enclave se distribuirá a más de 60 países. Con el lanzamiento de este nuevo agente quelante, la compañía apuesta firmemente

por un mercado en crecimiento en muchos países, el de los productos ecológicos y biodegradables. Dentro de las ventajas, se encuentra su alto contenido en hierro (8,2%), superior al de otros quelatos. Lo que garantiza un grado de quelatación del 100% y una alta constante de estabilidad, permitiendo la protección del hierro frente a posibles interacciones que pudieran limitar su eficacia.

IsliFe 8.2, el quelato de hierro de biodegradabilidad progresiva durante todo el ciclo del cultivo.



José Nolasco

Director de Estrategia e Innovación de Tradecorp

ECA Fruit: ¿Por qué esta vuelta a los orígenes, a la inversión en investigación en el mercado de quelatos?

Realmente no es una vuelta, ya que nunca hemos dejado de considerar esta parte de nuestro negocio como prioritaria y estratégica. De hecho, IsliFe 8.2 es el fruto de intenso trabajo de investigación agronómica, química e industrial realizada durante los últimos diez años. En Tradecorp siem-

“IsliFe 8.2 es la respuesta a la necesidad del sector de disponer de soluciones eficaces de bajo impacto ambiental”

pre trabajamos para ser líderes en el mercado de quelatos. Un ejemplo es las recientes inversiones en nuestra fábrica de síntesis de EDDHA. Con el objetivo medioambiental de reducir el consumo de energía, la renovación de las instalaciones en Ávila (España) nos ha permitido aumentar nuestra capacidad de síntesis de EDDHA en más de un 30%. En este sentido IsliFe 8.2 es la respuesta a la necesidad del sector de disponer de soluciones eficaces de bajo impacto ambiental.

ECA Fruit: ¿En qué se diferencia IsliFe 8.2 de otros quelatos de hierro biodegradable?

Los principales quelatos biodegradables de hierro disponibles en el mercado muestran una estabilidad hasta un pH próximo a 7. Por tanto, no son

estables en condiciones de alcalinidad y no corrigen la clorosis férrica bajo estas condiciones. IsliFe 8.2. es el primer quelato de hierro biodegradable y estable en condiciones de alcalinidad, en un rango de 3 y 11, para una gran variedad de suelos y que ofrece una biodegradabilidad progresiva.

ECA Fruit: Este nuevo producto se va a fabricar en España y desde aquí, se distribuirá al resto de Europa. ¿Por qué se ha elegido nuestro país?

Dentro del Grupo Sapec Agro Business, Tradecorp está totalmente afianzada en España y es la marca reconocida como experta en quelatos. IsLiFe 8.2 es la primera innovación en años que recibe el sector de los quelatos y ha sido precisamente la marca española Tradecorp quien la ha realizado.

Demoagro Specialty, nuevo escaparate para la maquinaria del sector

La Asociación Nacional de Maquinaria Agropecuaria, Forestal y de Espacios Verdes, ANSEMAT, está organizando este nuevo encuentro de maquinaria agrícola, ahora enfocado en los cultivos especiales, que se celebrará en Turís, localidad de Valencia, del 1 al 3 de octubre de 2019.

DEMOAGRO SPECIALTY será toda una exposición en maquinaria agrícola para las empresas del sector, donde éstas podrán mostrar los detalles de sus lanzamientos más recientes, aunando calidad, sostenibilidad y eficacia, desde el diseño y fabricación hasta la comercialización y posventa.



Además, esta primera edición contará con la VII Cumbre de AGRIVOLUTION, uniendo ambos even-

tos para poner de manifiesto la relevancia de los cultivos especiales y de su sector.

DEMOAGRO SPECIALTY

I EDICIÓN
1, 2 y 3 de octubre de 2019
Turís (Valencia)

GRAN DISTRIBUCIÓN

Mercadona abre su primer establecimiento en Ceuta

La ciudad de Ceuta cuenta desde mediados de septiembre con el primer establecimiento de la cadena de supermercados valenciana, Mercadona. Ubicado en el barrio conocido como La Almadraba, este importante paso para la compañía ha supuesto una inversión de 7,6 millones de euros. Esta apertura es la primera de las dos que el gigante valenciano tiene proyectado en esta ciudad autónoma.

El supermercado instalado en Ceuta responde al Nuevo Modelo de Tienda Eficiente que Mercadona está implantando en su red de centros, lo que le permite reducir hasta un 40%

el consumo energético respecto al modelo de tienda convencional. La superficie de la sala de ventas es de unos dos mil metros cuadrados y ofrece más de doscientas plazas de aparcamiento. Con esta apertura, la cadena arranca su expansión internacional, siendo el próximo paso el país vecino, Portugal, donde en 2019 inaugurará una decena de establecimientos.

Además, la firma estrena nueva web, con mejoras en relación a las compras online, tal como afirman fuentes de Mercadona, "para multiplicar por cuatro la eficiencia del sistema de reparto".



Carrefour se instala en Mercalicante para abastecer a su red Express

Carrefour ha apostado por Mercalicante para instalar un nuevo centro logístico con el que pretende abastecer a una red de más de 20 supermercados de su marca Express repartidos entre las provincias de Alicante y Murcia. Ese nuevo hub se asienta sobre las instalaciones que opera ATDL (Almacenaje y Total Distribución Logística) en la llamada Nave ZAC 1 de Mercalicante, de 2.000 metros cuadrados, que se dedicarán al almacenaje y posterior reparto de productos de temperatura ambiente, congelado y refrigerado.



La nave está situada a la entrada del recinto, permitiendo una rápida accesibilidad al transporte utilizados por Carrefour, en el que cada vehículo llega a almacenar un volumen de productos del 55%, una cifra superior al de otros camiones convencionales. El aterrizaje del hub logístico de Carrefour supone otro paso más en la senda de expansión del parque alimentario, al que se han incorporado 25 nuevas empresas en el transcurso de los dos últimos años. Entre ellas, se encuentra la hortofrutícola Nufri, Tiernatur, Cítricos Cox, LPS o un supermercado Max Descuento del Grupo DIA y una tienda del Grupo Biofres, entre otras compañías.

Entrevista a **Palmí Alcober**. Director gerente de FEDEMCO

Reposicionar el envase de madera en los supermercados

Ante la situación actual de concienciación ambiental sobre el plástico, hemos hablado con Alberto Palmí, director de la Federación Española del Envase de Madera y sus Componentes (FEDEMCO), para conocer los retos a los que se enfrenta esta empresa de gran referencia en el sector agroalimentario europeo.

ECA FRUIT: ¿Qué retos y propósitos se ha fijado FEDEMCO para los próximos meses?

Queremos dar a conocer lo que hacemos en FEDEMCO y promocionar nuestros envases. Pero el principal reto ahora es reaparecer en los lineales de los supermercados, donde antes era muy normal encontrar un envase de madera. La intención es generar al supermercado el menor trabajo posible, por eso los estamos orientando hacia la unidad de venta. Es decir, envases de madera de menos de 3,5 kg, que el consumidor pueda llevarse a casa y aprovechar éstos dándoles un segundo uso, para contribuir como siempre a la sostenibilidad ambiental.

ECA FRUIT: ¿Cuáles son los últimos avances en embalaje de madera?

El envase de madera está continuamente avanzando. A nuestro alrededor hay innumerables empresas que se dedican continuamente a investigar y a proporcionarnos las mejores tecnologías, haciendo del envase de madera el mejor de todos los envases. Ahora apostamos por el envase de venta unitario, 100 % sos-

“Apostamos por el envase de venta unitario, 100 % sostenible, reciclable y biodegradable”.

tenible, reciclable, biodegradable y orientado al consumidor, para que una vez en casa se pueda reutilizar.

ECA FRUIT: ¿Cuál es el nivel de compromiso del sector con el medio ambiente?

En FEDEMCO el compromiso es al 100% con la madre naturaleza, la cuidamos y la mimamos. Ahora está muy de moda conceptos como la sostenibilidad que nosotros venimos aplicando hace muchísimos años, diría que desde siempre. Nuestro sector es consciente de que dependemos del medio ambiente para seguir existiendo y para crecer, de ahí que los cuidados siempre han sido los máximos, es ahora cuando muchos sectores están aplicando premisas en su día a día que para nosotros son algo innato, algo propio, algo que venimos haciendo desde siempre.

ECA FRUIT: ¿Qué ventajas cree que aportan al sector la celebración de congresos como por ejemplo, INTERPAL o FEFPEB?

En FEDEMCO estamos integrados a través de GROW INT, nuestra patronal europea. Además, soy miembro del comité ejecutivo de FEFPEB en representación de esa patronal.

Nuestro mercado natural y el de nuestros clientes es Europa, así que estar en este tipo de eventos y or-



ganizaciones nos hace conocedores de las tendencias e innovaciones del sector. Aunque hay que destacar que España marca tendencia en cuanto a todo tipo de embalaje de madera.

ECA FRUIT: ¿Cómo valora la nueva normativa de la UE contra los plásticos de un solo uso?

A nuestro modo de ver, ya era hora, pero se queda corta. Normalmente se legisla cuando ya hay un problema y esa legislación siempre va encaminada a atajarlo. Se ha tardado demasiado en reaccionar, teniendo en cuenta que el Lobby del plástico es muy potente a nivel mundial. No obstante la concienciación ciudadana está siendo muy importante. Entendemos que la normativa al plástico debería ser más restrictiva y los impuestos mucho más elevados, y no acusar al ciudadano de algo que no es su responsabilidad.

Syngenta vuelve a revolucionar el mercado con sus nuevas variedades

Syngenta nos presenta sus últimas innovaciones en diferentes productos hortícolas, desde brócoli, tomates a sandías.

Estas variedades y otras más también las veremos en Fruit Attraction'18 y David Bodas de Syngenta nos describe sus excelentes cualidades.

David Bodas

Food Value Chain Lead SWE de Syngenta



ECA FRUITS: Una de las principales novedades es el Brócoli Multi-Florado EasyBroq (variedad Monflor) ¿Qué puede destacar de esta nueva brásica?

EasyBroq es un nuevo brócoli que responde a las necesidades de productos con un sabor diferente sin perder la esencia y funcionalidad del mismo. También es una innovación fácil de utilizar, puesto que se puede consumir en crudo, cocinado, etc... y permite su uso en formatos sencillos para el consumidor. Está dirigido al segmento de conveniencia y al canal HORECA por su diferenciación frente a productos similares en el mercado.

ECA FRUITS: ¿Cuál es el objetivo que se busca con las nuevas variedades de brócoli?

Proponer nuevas opciones de consumo de productos que son reconocidos por sus características y por estar englobados dentro de los conocidos como "super-foods", ofreciendo un sabor más dulce, mejor conservación y una firmeza ideal para poder consumirlo de otras maneras.

ECA FRUITS: ¿En qué consiste la gama El Reino de los Sabores®?

Engloba una serie de variedades de mini tomates con un alto perfil

de sabor y una alta diferenciación en el mercado. Bajo esta marca tendremos los tomates más innovadores de tipo cherry, tanto redondo como alargado, con excelente sabor y muy convenientes para el consumo como snack, dando colorido a nuestras meriendas y convirtiéndose en nuevas experiencias de consumo. También incluiremos mini tomates de diversos colores haciendo cada vez más divertido su consumo.

ECA FRUITS: Respecto a los snack, ¿estamos ante una demanda cada vez mayor que beneficie al consumo de verduras?

El segmento snack es un segmento en continuo crecimiento debido a las tendencias actuales de mercado, como salud, práctica de deporte, reducción del consumo de grasas, incremento de las personas vegetarianas y veganas, lo que claramente benefician al consumo de verduras.

En este caso, nos toca también trabajar junto con la industria de transformación, en qué variedades se adaptan mejor a estos conceptos, que sabores se demandan, qué verduras, para cubrir las expectativas del consumidor en cuanto a calidad de producto, vida útil, uso, formato, etc. Creo que nos espera un futuro

lleno de cambios y de evolución en este segmento.

ECA FRUITS: Otra novedad que ha causado sensación es la gama de sandía mini sin semillas. ¿Qué hace de esta gama de productos un éxito en la exportación?

Esta gama de sandía se desarrolló para cubrir la demanda de sandía mini que estaba creciendo muy rápido en la exportación. Su éxito se basa en su excelente calidad interna por su color rojo intenso, textura crujiente, exquisito sabor y alto contenido en azúcar. La alta uniformidad en calibres de nuestra gama de sandías mini sin semillas, con variedades de referencia como Bibo y Petite Perfection, te aseguran planificar un programa de producción de calidad y la satisfacción de un consumidor exigente.

La gama Reino de Sabores® engloba los cherries más innovadores y coloridos de Syngenta de consumo snack.



ECA FRUITS: En cuanto al melón, la apuesta es una mejor textura en piel de sapo. ¿Qué puede decirnos sobre esta fruta?

Ciertamente, el mercado ha seguido una tendencia por las carnes más firmes con sabor. Actualmente conseguimos que los aromas perduren en las nuevas variedades y que cumplan estos requisitos como son Airén y Macabeo. También vemos una tendencia a buscar frutas más pequeñas por familias compuestas por pocos miembros y frutas más grandes para cortarlas en los puntos de venta y venderlas en mitades o cuartos, para lo que es necesaria esa firmeza de la carne del melón.

ECA FRUITS: Hablemos de las variedades de tomate, como el nuevo pack para la variedad Kumato®. ¿Alguna novedad más?

Dentro de Kumato® hemos lanzado las nuevas variedades y gama de productos, con sus respectivos envases para cada uno de ellos. Así encontramos Kumato® Gran Sabor, con un mayor sabor que el original. Kumato® Tropical, con aromas y sabores relacionados con frutos tropicales. Y Baby Kumato®, el pequeño de la familia con textura crujiente y alto sabor, en un envase para llevar en el bolso y consumirlo cuando apetezca.

Este año vamos a lanzar el Kumato® Bio, el cual, además de tener todas las características organolépticas de Kumato®, junto con su apariencia, añadimos el ser producido bajo los protocolos y requisitos de la producción ecológica y consecuentemente con su certificación. Con este nuevo lanzamiento damos respuesta a los consumidores que confían en la marca y que buscan un producto saludable y garantizado.

Kumato® Bio es la variedad con las mismas propiedades de Kumato® pero de producción ecológica.

ECA FRUITS: En 2013 lanzaron 'The Good Growth Plan' en los que exponen los 6 compromisos para adaptar la innovación a la sostenibilidad. ¿En qué puntos de este proyecto trabajan para garantizar una agricultura responsable?

Ciertamente, el proyecto sigue adelante y estamos fijándonos objetivos en diversos plazos, auditados por empresas externas. En 2017 han

aumentado en un 11% el número de agricultores incluidos en el plan. Según cultivos, se han aumentado las producciones o se ha mejorado la eficiencia del uso de insumos y además, se ha reducido el desperdicio de frutas en un 32%. Pero uno de los compromisos del que estamos más orgullosos es en la extensión de la biodiversidad, ya son 25.267 las hectáreas de reservorios generados a través del proyecto Operación Polinizador.

ECA FRUITS: De cara a 2019 ¿En qué está apostando ahora Syngenta?

Syngenta es una empresa pionera en introducir innovaciones en el mercado hortícola y queremos seguir siendo reconocidos por ello. Estamos introduciendo innovación en todas las áreas de la empresa, desde la parte de Protección de Cultivos con el lanzamiento de nuevos productos y nuevas moléculas, que supondrán un avance en el mercado y una gran herramienta para los agricultores, así como la seguridad de su uso.

También estamos centrados en la parte de semillas hortícolas, con el desarrollo de nuevas variedades que veremos en Fruit Attraction 2018 y los años venideros, con características sorprendentes, que no dejarán indiferente al mercado.



‘BioAct Prime®’ lo último en control de nematodos para cultivos hortícolas



Bayer nos presentó su nuevo producto durante una jornada en Almería en la que expuso las claves para obtener una producción hortícola de calidad frente a unos 300 profesionales del sector.

En este evento organizado por Bayer para presentar su nuevo nematocida, también se debatieron las innovaciones que se están realizando actualmente en los cultivos hortícolas, contando con la presencia de José Antonio Aliaga, secretario general provincial de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de Almería. La jornada bajo el título “BioAct Prime®. Claves para una producción hortícola de calidad”, además de mostrar este nuevo producto para el control de nematodos, también se puso en valor el compromiso de Bayer con el crecimiento sostenible. Uno de los objetivos de esta empresa tal como señaló el director de marketing en la división Crop Science de Bayer en Iberia, Luis Felipe Antunes.

Durante el primer bloque, intervino Jordi Fullana, responsable de marketing para los cultivos hortícolas en Bayer Iberia, explicando que el nuevo nematocida BioAct Prime® “es un producto flexible, sin residuos, autorizado también en producción ecológica, que va a ayudar a construir estrategias sostenibles en el control de los nematodos”.

Otro de los exponentes fue Xavier Sorribas, investigador y docente

en el Departamento de Ingeniería Agroalimentaria y Biotecnología de la Universitat Politècnica de Catalunya, quien destacó que “los nematodos fitoparásitos son un grave problema para la agricultura cuando las condiciones favorecen su desarrollo y que no hay organismos antagonistas capaces de regularlos”. Por su parte, Josep Izquierdo, jefe de desarrollo de insecticidas en Bayer, dejó claro en su intervención que sin una buena calidad de aplicación, hasta el mejor producto va a defraudar a quien lo emplee, “por eso Bayer trabaja para ofrecer las recomendaciones de uso más adecuadas para optimizar el funcionamiento de productos innovadores como ‘BioAct’”.

En este sentido, Pablo García-Nieto, responsable de los servicios digitales de la división Crop Science de Bayer en Iberia, aprovechó para hablar de la nueva herramienta para el control de nematodos, ‘Nematool’, desarrollada por la compañía, la cual da respuesta al control efectivo de nematodos mediante un servicio integral para su seguimiento en cultivos de aire libre e invernadero. La combinación de una sonda de temperatura y una app móvil proporcionan al usuario información en tiempo real

de la generación de nematodos en el cultivo, con avisos automáticos de los primeros huevos de la siguiente generación. Respecto a la línea de tiempo que barajan, García Nieto señaló que están trabajando con una prueba piloto de 200 dispositivos, para hacer las mejoras pertinentes y lanzar el dispositivo perfecto de cara a 2019.

En la mesa debate se abordó el papel del agricultor desde cuatro perspectivas: la producción, la exportación, la llegada al mercado del producto y la prestación de servicio a toda la cadena desde el productor hasta el consumidor. Entre los presentes se encontraba Antonio Zamora, agricultor, que habló en primera persona sobre el avance que supone para su sector la aplicación de este nuevo producto, así como de la tecnología de precisión.

Finalmente, y a modo de conclusión, José Antonio Aliaga destacó la importancia de estas herramientas e innovaciones y su especial adaptación para el sur de la península, así como su fácil utilización y la capacidad del agricultor almeriense para adaptarse a los nuevos avances.

**“BioAct Prime®
es un producto flexible, sin residuos, autorizado también en producción ecológica”.**

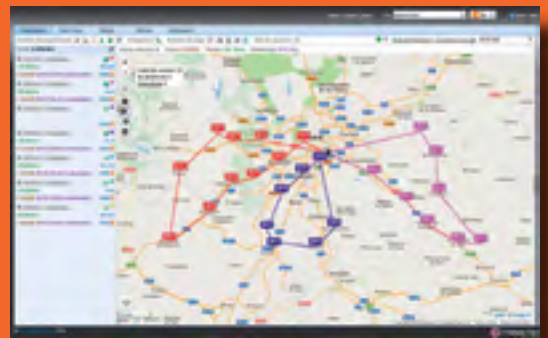
¿Necesita planificar sus rutas de Reparto?

Conseguir los mejores productos para nuestros clientes no es tarea fácil. El proceso no está cerrado hasta que el producto llega al cliente. Contamos para ello con una flota de vehículos, pero entregar a la hora acordada, el volumen de pedidos diarios, y los costes de distribución nos hacen plantearnos soluciones para ser competitivos y ofrecer un servicio de calidad.

Distribuir tu producto nunca fue tan fácil con OPTIMATICS

OPTIMATICS le ofrece un completo sistema de planificación donde puede:

- Realizar la planificación en segundos con un clic
- Cargar sus pedidos desde el ERP de forma automatizada y ver a sus clientes geocodificados en un mapa
- Planificar sus rutas utilizando SOLO los vehículos necesarios,
- Enviar la planificación al móvil del conductor para hacer seguimiento con una app Android
- Ver en tiempo real donde están y como se mueven sus vehículos
- Calcular los tiempos de ruta teniendo en cuenta el tráfico habitual
- Gestionar pedidos de última hora
- El sistema tendrá en cuenta la capacidad de los vehículos: ¡no los sobrecargue!



Además le proporcionará:

- Informes detallados: sepa si un cliente es rentable, si hay problemas con algún conductor o si el nivel de servicio ha sido el adecuado
- Podrá informar del estado del pedido desde el día anterior hasta la misma entrega, mediante email o SMSs automatizados.
- Si hay retrasos por tráfico, accidentes, etc., el sistema le dará la nueva hora prevista de llegada y podrá informar a sus clientes.
- Ahorros del 10% de los costes
- Monitorización en tiempo real: sepa qué ocurre de un vistazo, sin llamar al conductor, reaccione antes de que el cliente se queje

Muy sencillo de implementar

- Solución en la nube, sin instalaciones, sin inversión en equipos, sin necesidad de personal de informática, se accede desde cualquier navegador
- Se aprende a utilizar en minutos, muy intuitivo y sencillo de manejar
- Pago con cuotas mensuales por vehículo, sin límite de usuarios y planificaciones
- Sin permanencia, si no te gusta te vas sin más explicaciones

Solicite una prueba gratuita aquí: <https://optimatics.es/pide-una-demo>

Ponga la referencia AGROMKT en el campo "Asunto"





MUJERES AGROPROFESIONALES

'LA IGUALDAD ES UNA TAREA DE TOD@S'

#MujerAgro se consolida en su reto por el empoderamiento femenino

Por segundo año consecutivo Toledo acogió el ya consolidado Foro Nacional Business Agro 'Mujeres Agroprofesionales' que en esta edición dejó claro que 'la igualdad es una tarea de tod@s'.

El segundo encuentro contó con un gran éxito de afluencia y una innegable concienciación social en favor de la igualdad de oportunidades y de la diversidad en el sector agroalimentario. La inauguración oficial estuvo a cargo de Gissel Falcón, directora de Siete Agromarketing, la agencia impulsora de esta iniciativa, quien destacó que "este Foro ya se ha posicionado como un espacio para el networking en aquellos aspectos que giran en torno a la igualdad de oportunidades en la cadena agroalimentaria."

La directora del Instituto de la Mujer en Toledo, Charo Navas, también presidió el acto de inauguración junto a Carolina Gutiérrez, subdirectora de Innovación y Modernización del Medio Rural, D.G. de Desarrollo Rural y Política Forestal MAPA; y Juana Velasco, secretaria de la Consejería de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural MAPA. Esta última destacó que el papel determinante de la mujer en todas las explotaciones, "porque su trabajo, su enfoque, su aportación tiene que dejar de ser silenciosa y se le debe dar el reconocimiento que merece".

Aunque durante los últimos años han crecido el número de empresas que han organizado jornadas sobre la mujer rural, ningún otro medio de comunicación como Siete Agromarketing había reunido a todas aquellas organizaciones y entidades que



apuestan por la igualdad en el mundo agroalimentario. "Ese fue precisamente el motivo del éxito de la primera edición de #mujeragro, y creo que lo hemos conseguido repetir en esta segunda edición", explicó Gissele Falcón.

El II Foro Nacional Business Agro-Mujeres Agroprofesionales estuvo dividido en cuatro mesas de debate en la que participaron desde personalidades institucionales, directivos de empresas del sector, hasta periodistas y presentadores de los medios de comunicación que han apostado por programas enfocados hacia la igualdad de género. Entre ellos, Álvaro Báñez, periodista y secretario de la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE), ejerció

de moderador durante toda la jornada y quiso destacar la implicación en materia de igualdad de la Consejería de Agricultura de Castilla-La Mancha con la futura puesta en marcha del Estatuto de las Mujeres Rurales. Báñez también resaltó que lo más importante para conseguir la igualdad de oportunidades es "la educación, la formación y la información".

Mesas redondas y ponencias

En la primera de las mesas, "Camino al emprendimiento. Impulsando el talento", se puso en valor las iniciativas que se están llevando a cabo para favorecer el emprendimiento de la mujer en el ámbito agroalimentario, contando con las intervenciones de



María Lucendo Díaz, de ASAJA Toledo; Carmen María García, presidenta de la Fundación Woman's Week; Marta Gálvez-Cañero, directora Académica de Aliter, Escuela Internacional de Negocios; y Lola Martín Morcillo, coordinadora de FADEMUR Castilla-La Mancha.

Entre las intervenciones, la Presidenta de Woman's Week puntualizó que con este tipo de eventos se pretenden "lograr una mayor concienciación para alcanzar de una vez por todas el cambio necesario, acabando con los estereotipos de la imagen de la mujer en todos los ámbitos". Durante esta parte de la jornada, también se hizo hincapié en las diferencias salariales entre hombres y mujeres, que según comentó la directora de Aliter "es prioritario eliminar el 25% existente y por qué no, hacer Lobby, como en el caso del movimiento 'Me too', con el que se ha demostrado que la presión social funciona".

La segunda mesa, bajo el título "Yo soy mujer agro, ¿y tú? Experiencias", se dio a conocer a mujeres que destacan el sector agroalimentario dentro del ámbito rural. Lola Merino de AMFAR fue una de las ponentes y ésta reconoció la labor que desde su federación se lleva haciendo en materia de igualdad desde hace 30, contando en la actualidad con unas 90.000 afiliadas de toda España". También intervinieron en esta ronda de debate María Fernanda Campa, directora de Calidad de Greenyard Fresh; Lola Merino, presidenta de AMFAR; Julia Pérez Correa, presidenta de Mujeres Progresistas de Alcalá de Henares; y Noelia Serrano, presidenta de CERES CLM. Lola Merino de AMFA

El propósito de la tercera mesa, "Importancia de la comunicación como medio de cambio", fue el de comentar qué se está haciendo y qué se puede hacer desde los mass media para lograr la igualdad en el sector

agroalimentario. Para ello, la presentadora de Onda Agraria, Soledad de Juan Arechederra, habló de la sección especial dentro de su programa radiofónico, dedicada exclusivamente a la mujer rural que "desde hace cuatro años creamos como una ventanita para las emprendedoras". Junto a ella intervinieron en esta charla Humberto del Horno de Europa Press C-LM, Yolanda Monje, subdirectora de Informativos de CMM Media y Rubén Villanueva de Comunicación de COAG.

Por último, la jornada acabó con la conferencia "La igualdad es tarea de tod@s: El papel de la mujer en el sector agroalimentario", en la que los conterturlios hicieron una visión global de esta temática en el sector agroalimentario y debatieron las mejoras necesarias de la mano de María Soledad García, directora de Negocio Agroganadero de Liberbank, Victoria Ruiz, de ANSEMAT, José Luis Rojas, director de Cooperativas Agro-alimentarias C-LM y Pilar Giménez de Syngenta.



María Fernanda Campa

Directora del Departamento de Calidad de Greenyard Fresh Spain S.A.U.

Ingeniero Técnico Agrícola por la E.U.I.T.A. de León, con especialidad Explotaciones Agropecuarias, María Fernanda Campa perteneció al primer equipo de Gestión de Calidad formado en España para el control de calidad de Frutas y Verduras en la empresa Mercados en Origen S.A. Ha sido delegada comercial de Freshuelva en el mercado internacional de St. Charles Perpignan; y en Control de Calidad en Bocchi Trade Spain S.A. Destaca también por su Formación en Postcosecha, Producción de frutas y verduras y Marketing.

ECA Fruit: ¿Qué puede aportar el papel de la mujer en la mejora del negocio hortofrutícola?

María Fernanda Campa: Las mujeres llevan aportando a la agricultura

ra y su negocio desde los ancestros, tenacidad, resolución y eficacia. España es un gran matriarcado donde las gestoras de las pequeñas explotaciones han sido siempre las mujeres, colaborando con todas las labores y comercializando los productos desde el origen del "trueque"; han sido y son también las grandes contables e inversoras de dichas explotaciones. Las que tenían una visión a largo plazo, ya que manejaban también la supervivencia de sus herederos, mientras el hombre guerreaba, vivía la política, cazaba o simplemente trabajaba sin la carga de esta gestión.

Además las mujeres, en todos los tiempos, crían a sus hijos, y llevan la logística y necesidades del hogar paralelamente a esta labor.

2º MESA REDONDA: "Yo soy mujer agro, ¿y tú? Experiencias"

Si queremos hablar de calidad en el sector Hortofrutícola, solo tenemos que pensar en una mujer que se recorre de punta a punta el territorio español, en búsqueda de esa calidad y variedad. Ella es María Fernanda, directora de calidad en una de las importadoras belgas más importantes.



Huercasa abre un nuevo centro logístico en Valladolid



El nuevo centro logístico de Huercasa fue inaugurado por la consejera de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León, Milagros Marcos y cuenta con una extensión de unos 10.000 metros cuadrados y está ubicado en San Miguel del Arroyo, provincia de Valladolid. Huercasa ha reorganizado de esta manera sus procesos, focalizando la fase productiva en la factoría de Sanchonuño y centralizando en este centro nuevo toda la fase final de etiquetado, empaquetado, almacenamiento y expedición del producto. Con una inversión de 12 millones de euros, Huercasa asegura una mayor competitividad para fomentar su expansión empresarial durante los próximos diez años. En este sentido, la compañía contempla un crecimiento del 50% en ocho años, y unos 60 millones de facturación para 2025.

Por otro lado, la empresa también ha anunciado su presencia un año más en Fruit Attraction, donde presentará sus soluciones enfocadas en la reducción del desperdicio alimentario para facilitar el consumo en el hogar y optimizar el aprovechamiento de la materia prima. Además, hará hincapié en sus productos ecológicos, que suponen en la actualidad el 10% de su facturación.

www.huercasa.com/es

Montosa premiada con el 'Superior Taste Award' por su Salsa de Mango



Este 2018 será recordado en Frutas Montosa como el año de la Salsa de Mango ya que ha recibido el galardón "Superior Taste Award" de dos estrellas a su nueva receta, reeditando el éxito conseguido el año pasado con su guacamole.

Los conocidos jueces de Masterchef, Samantha Vallejo-Nágera y Pepe Rodríguez (con una Estrella Michelin en su restaurante El Bohío) han colaborado con la firma malagueña para mejorar la salsa, elaborada únicamente con productos naturales: el 90% es mango y el restante 10% son miel, cebolla, ajo, pimiento rojo deshidratados, jalapeño, zumo de limón en polvo, una mezcla de especias y sal. Gracias a esta combinación, ambos chefs han logrado un exótico sabor reconocido con este premio que concede el International Taste & Quality Institute (ITQi), considerado como la "Guía Michelin" de los productos alimenticios. Además, en la web han creado una sección para dar a conocer las exquisitas recetas elaboradas con esta salsa especial.

www.frutasmontosa.com





UNIQ lleva a Fruit Attraction un software para diseñar tu propio envase

El sello para envases de cartón ondulado, UNIQ, estará presente un año más en Fruit Attraction y entre sus novedades, presentará el primer desarrollo de software creado para seleccionar el tipo de embalaje en cartón ondulado que mejor se adapte a las frutas y verduras, permitiendo saber cuál es la caja perfecta para su transporte y una mejor conservación.

La presencia de UNIQ en la gran feria hortofrutícola de nuestro país supone la consolidación de esta firma y su liderazgo en el sector. Actualmente, son más de 40 plantas de fabricación adheridas al proyecto de UNIQ, convirtiéndose en un referente internacional del embalaje en cartón ondulado para frutas y hortalizas.

www.grupouniq.com

Las soluciones poscosecha de Decco para cítricos

Decco Ibérica es conocida en el sector de los cítricos por sus soluciones poscosecha, en las que destacan una amplia gama de fungicidas destinadas al control de hongos patógenos durante el periodo posrecolección. Entre sus productos estrellas destaca Deccopyr, un nuevo y potente fungicida para cítricos que controla el hongo *Penicillium spp.* principal causante del podrido de esta fruta. Asimismo, la firma ofrece una serie de ceras protectoras que mejoran el aspecto de los cítricos y retrasan el proceso de envejecimiento, alargando su vida útil de cara a la exportación y venta en los lineales. Además, Decco ofrece productos para limpiar y desinfectar estas frutas, como Deccosan FH., que evita el daño de bacterias y hongos durante el transporte.



www.deccoiberica.es

10
AÑOS

SIGAMOS
SIENDO
ÚNICOS

10 years
fruit attraction
FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

23-25
OCTUBRE
2018

VISÍTANOS
EN EL STAND
9D02

Paqui Ferrer
Agricultora

unica
www.unicagroup.es



HORTALIZAS



HOJA



MELÓN Y SANDÍA



FRUTAS



SNACK

unica



Bruñó presentará su Melón Eco en Fruit Attraction

La empresa de producción y distribución de frutas, Bruñó ha elegido la feria internacional del sector en Madrid para presentar su última apuesta, el Melón Bruñó Eco. Se trata de una variedad más sostenible que será protagonista en el stand de esta firma en Fruit Attraction, espacio que llevará el nombre de "La Melonería".



Con esta apuesta, Bruñó apuesta por el melón a través de la agricultura sostenible, respetando la naturaleza y sus ciclos naturales. Según un comunicado de la empresa, con Melón Eco "hemos recuperado el sabor, el color y el aroma intenso y tradicional sin emplear en los procesos de cultivo fitosanitarios ni fertilizantes químicos, para ofrecer una fruta de la mejor calidad y con el menor impacto ambiental".

Bruñó también llevará a Fruit Attraction su Sandía Negra sin pepitas, una variante de excelente calidad, sabor potente, piel verde y pulpa roja intensa que encontramos en los mercados desde mediados de febrero y hasta finales de septiembre.

www.frutasbruno.com

Unica superará los 375 millones de kilos con ParqueNat y la cooperativa Virgen del Rocío

Los socios de ParqueNat (por mayoría absoluta) han acordado volver a Unica. La vuelta de esta cooperativa, especializada en tomate, proporcionará a Unica un gran volumen de producción de este producto. Las previsiones para la campaña 2018-2019 rondan los 375 millones de kilos. Unas cifras que se prevén tras la vuelta de ParqueNat y la integración completa de la cooperativa gaditana Virgen del Rocío, productores de una gran variedad de frutas y vegetales frescos.

De esta manera, Unica se posiciona como un modelo solvente, en constante crecimiento y desarrollo, que le ha llevado a crecer a un ritmo de aproximado del 20% anual. Además, la compañía está a la cabeza de las exportaciones hortofrutícolas de España.

<http://unicagroup.es>



unica
GROUP



Reflect®, la solución para hortícolas de Adama

Adama ha presentado su nuevo y revolucionario fungicida foliar, bajo el nombre de Reflect®. Esta solución innovadora controla de manera eficaz tanto el oídio en solanáceas y cucurbitáceas, como la alternaria en cultivos de tomate y zanahoria, entre otros, además de otras enfermedades fúngicas.

Este producto es la primera solución en España formulada a partir de la molécula Isopyrazam, perteneciente al grupo químico Pirazol Carboxamidas, de la familia de los SDHI (Inhibidores del enzima succinato-deshidrogenasa). En nuestro país ya tiene registro para calabacín, melón, pepino, sandía y tomate, tanto al aire libre como en invernadero; para berenjena, pimiento y calabaza en invernadero y para zanahoria al aire libre. Además, la molécula Isopyrazam respeta los estándares requeridos por Food Chain, esto es, los requisitos y exigencias de las grandes cadenas de supermercados europeos.



www.adama.com/spain/es/

ARBOS participa por primera vez en Fruit Attraction

La firma italiana Arbos, especialista en maquinaria agrícola para fruta y verdura, estará presente por primera vez en Fruit Attraction con una interesante exposición de sus sembradoras de hortícolas y tractores que van desde los 22 hasta los 136 CV, que son toda una referencia en el sector por sus dimensiones compactas, su alta versatilidad y fiabilidad. Y es que Arbos ofrece una amplia gama de estos vehículos, como sus tractores isodiamétricos de los cuales, los superiores a 50 CV están totalmente pensados para el trabajo de frutales densos, en invernaderos o en terrenos grandes irregulares.

En cuanto a los tractores compactos, la casa italiana presentará sus series más innovadores como la 3000, la 4000F/AF o la 4000Q, una solución ideal para frutales y viñedos; así como la serie 5000, un tractor de campo abierto especialmente fabricado para viña en vaso y cultivos hortícolas. Por último, Arbos también mostrará sus dos sembradoras MSO y MSO-DUO, ambas de alta precisión en hortícolas gracias a la incorporación de la tecnología EASY-SET.



www.arbos.com



ARBOS

FERIAS



INTERVITIS INTERFRUCTA 2018

Del 4 al 06 de noviembre.
Agricultura, Alimentación y bebidas.
Stuttgart (Alemania).

HORTIFAIR 2018

Del 7 al 9 de noviembre.
Feria de horticultura. Ámsterdam (Países Bajos).

INTERPOMA 2018

Del 15 al 17 de noviembre.
Feria del cultivo, conservación y comercialización de la manzana. Bolzano (Italia).

CHINAFVF 2018

Del 16 al 18 de noviembre.
Feria mundial de frutas y verduras. Beijing (China).

GROWTECH EA 2018

Del 28 de noviembre al 1 de diciembre.
Growtech Eurasia 2018. Antalya (Turquía).

AGRARIA 2019

Del 30 de enero al 2 de febrero.
Feria de maquinaria agraria. Valladolid (España).

FRUIT LOGISTICA

Del 6 al 9 de febrero.
Feria comercial hortofrutícola. Berlín (Alemania).

MACFRUT 2018

Del 8 al 10 de mayo.
Muestra internacional de frutas y hortalizas.
Rimini (Italia).

INFOAGRO EXHIBITION

Del 22 al 24 de mayo.
Epicentro de negocios del producto agrícola.
Almería (España).

POTATOEUROPE 2019

Del 2 al 3 de septiembre.
Cultivo y medidas fitosanitarias de la patata.
Kain (Bélgica).

Interpoma mostrará las tendencias de 'La manzana en el mundo'



El encuentro bienal que Fiera Bolzano dedica en exclusiva a las manzanas tendrá lugar este año del 15 al 17 de noviembre y contará con grandes novedades, como 'La manzana en el mundo', un espacio para analizar y exponer las tendencias en la producción de esta fruta, desde el Este de Europa hasta Asia.

La feria contará con una sección dedicada a Polonia, país en el que se espera una producción de 4,5 millones Tn. También presentará las oportunidades de negocio en Rusia y los países del Este europeo, así como mostrará las técnicas de cultivo e innovaciones de la manzana llevadas a cabo en Asia Central y Oriental.



FRUTAS Y VERDURAS
DE *andalucía* EN

10 years **fruit
attraction**



más *salud*
más *color*
más *sabor*



JUNTA DE ANDALUCÍA



Descubre la nueva
Salsa de Mango
de la mano de
*Pepe Rodríguez y
Samantha Vallejo*



montosa
the avocado society

www.frutasmontosa.com