

eCAFRUITS

Revista **Hortofrutícola**



INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

El camino que recorren
nuestras frutas y hortalizas

Hortícolas

La mejora vegetal para
superar los nuevos retos

Patata

La patata en España, un juego
de exportación e importación

Agricultura Ecológica

España aumenta un 26,6% su
superficie ecológica en un lustro

Edita:

Siete
Agromarketing

DOSSIER
HORTÍCOLAS

sandía sin pepitas



LOVERS de la VIDA



**Dar RACIONES
DE VIDA para ti
y PARA EL CAMPO
nos da la vida.**



5 al día aconseja el consumo diario de 5 raciones entre frutas y verduras

#RacionesDeVidaParaElCampo



DOMICILIA* TUS AYUDAS PAC EN UNICAJA BANCO



Recibe **atención personalizada** de nuestros expertos agrarios para su tramitación y conoce todas las ventajas que ofrecemos.



*La presente campaña, tiene un plazo oficial de presentación de solicitud de domiciliación hasta el 31 de mayo de 2023.

Unicaja Banco, S.A. Avda. Andalucía 10-12, 29007 Málaga. C.I.F. A93139053.

SUMARIO

ACTUALIDAD



6

ESPECIAL infoAgro

14

DOSSIER HORTÍCOLAS



22

ESPECIAL MELÓN Y SANDÍA



38

DISTRIBUCIÓN



44

ESPECIAL PATATA



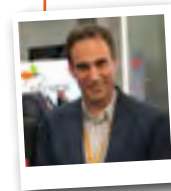
48

ESPECIAL AGRICULTURA ECOLÓGICA



52

ESPECIAL FRUTA DE HUESO



60

CULTIVANDO IGUALDAD



68

FERIAS



71

EMPRESAS



72

Edita: Siete Agromarketing Cultural, S.L. y eComercio Agrario • **Directora general:** Gissele Falcón Haro

Directora de publicaciones: Gissele Falcón Haro • **Responsable de proyectos marketing y comunicación:** Marga López Polo

Responsable Editorial y Contenidos, Delegado de Andalucía Oriental: José Esteban Ruiz Álvarez

Coordinador general de publicaciones y contenidos: Marga López Polo y José Esteban Ruiz Álvarez • **Prensa:** Bárbara Aguayo Martínez y Miriam Pérez Mena

Colaboraciones: Juan Herrera Arenas, Josep Sanchís, Martín Pacherras (Perú), Susana Rodríguez • **Diseño gráfico y maquetación:** Bruno A.

Experto en Publicidad, Ejecutivo de Cuentas: Josué Falcón Haro | publicidad@sieteagromarketing.com • **Redacción:** comunicacion@sieteagromarketing.com

Administración: siete@sieteagromarketing.com • **Oficinas centrales:** Tel.: 00 (34) 910 710 570 • 28915 Leganés - Madrid • España

COLABORAN EN ESTE NÚMERO: ANECOOP • UNICAJA BANCO • HORTAMIRA • ONUBAFRUIT • BIO CAMPOJOYMA • BLUE WHALE • K+S • HEROGRA • UNICA GROUP • SIPCAM • NUNHEMS • RIJK ZWAAN • INNOVAK GLOBAL • LA UNIÓN AGROSERVICIOS • REGABER • AGROBIO • BASF • FERAL • BONNYSA • NUNHEMS • PERIS • UDAPA • COMERCIAL QUÍMICA MASSÓ • AGROSTOCK • YARA • FERNÁNDEZ • HELLO NATURE • DAYMSA • KUBOTA • MUJER AGRO • PERAS RINCÓN DE SOTO • FRUIT ATTRACTION • TRADECORP

Seguimos avanzando, *¿pero hasta cuándo?*



Los costes de producción se han posicionado entre las principales pesadillas de los agricultores dedicados a la producción de frutas y hortalizas. Los precios están acompañando en la mayor parte de la campaña, pero llegada la primavera, algunos hortícolas están cotizando tan bajo que las cuentas no salen a los productores.

Antes esta situación, se hace más necesario que nunca seguir innovando, para que la actividad agrícola sea cada vez más competitiva. En este punto, cabe destacar la labor que están haciendo las casas de semillas, que, con su conocimiento, esfuerzo e inversión, están solventando los problemas a los que, debido a la presencia de nuevos virus y enfermedades, están registrándose en el campo.



En espárrago verde podemos hablar de un año aciago. La climatología, al igual que en el resto de cultivos y producciones, no acompaña. La falta de precipitaciones, junto a unas altas temperaturas, están poniendo en jaque al sector del espárrago granadino, que ya ve como baja a casi la mitad su producción y atisba, incluso, una campaña más corta que la pasada.



Y es que, la sequía y las altas temperaturas son hoy otro de los temas enquistados en nuestra agricultura, afectando directamente a la producción de frutas. Las reservas hídricas venidas a menos dejan en cuadro a los regadíos. No en vano, en diferentes puntos de España ya se habla hoy de cortes y limitaciones en la disponibilidad de agua, poniendo en peligro numerosas producciones.



Es el momento de la sandía y el melón europeo y las previsiones apuntan a una merma, igualmente, de la superficie cultivada en el territorio nacional. Las primeras sandías, las que se producen en los invernaderos almerienses están siendo de buena calidad, y en las primeras semanas, está acompañado. Esperamos que así continúe.

El sector de la patata tampoco atraviesa su mejor momento. Es cierto que las exportaciones crecen, pero más lo hacen aún las importaciones. Vivimos pues en un juego de idas y venidas de un producto y unos productores que buscan extender su calendario de cosecha.

Y en fruta de hueso, la falta de agua también está limitando sus producciones, en algunos casos se recuperan con respecto a campañas anteriores, pero lejos de nuestro potencial productivo. Aquí de nuevo, las innovaciones varietales y de técnicas de cultivo marcarán el ritmo de su futuro.

Pero si algo queda reflejado en esta publicación, es que el sector sigue avanzando, buscando líneas de mejora, innovación, mayor competitividad y presencia en los mercados, sacando ese lado resiliente que siempre les ha caracterizado.

Gissele Falcón Haro *Directora*
 @FalconGissele

La exportación hortofrutícola cae con fuerza en 2022

Con datos ya consolidados de 2022, FEPEX hace balance de las exportaciones de frutas y hortalizas españolas, haciendo saltar las alarmas antes una situación que se está prolongando en este inicio de 2023.

El año 2022 no ha sido bueno para el sector exportador de frutas y hortalizas. En la anterior edición de la revista ECA Fruits, y tras analizar los principales sectores, ya anunciábamos este descenso de los envíos a los principales mercados comunitarios, y la necesidad, por un lado, de reforzar mercados exteriores y, por otro, de establecer nuevas estrategias que nos llevarían a ganar en competitividad.

Caen las exportaciones se mantiene el valor

La exportación española de frutas y hortalizas frescas en 2022 totalizó 12 millones de toneladas, lo que supone un 10,4% menos que en 2021, mientras que el valor aumenta un 1,6%, menos de lo estimado inicialmente por FEPEX, totalizando 15.930 millones de euros.

Son precisas medidas específicas para fomentar las inversiones que permitan hacer frente a una climatología adversa

El descenso interanual del volumen exportado ha sido más notable en las frutas, con una caída del 13%, totalizando 6,6 millones de toneladas y afectando a casi todos los productos. En fruta de hueso retrocedieron melocotón, con un 24% menos y 262.211 toneladas y nectarina, con un 20% menos y 277.539 toneladas. En frutos rojos, la fresa descendió un 12% situándose en 278.137 toneladas y el arándano, con un 3% menos y 86.879 toneladas. En cuanto al valor total de la exportación de frutas ascendió a 8.843 millones de euros (-3%).

La exportación de hortalizas en 2022 bajó un 7% respecto a 2021, totalizando 5,3 millones de toneladas, retrocediendo las principales hortalizas exportadas, como pimiento con 795.669 toneladas (-7%), lechuga con 714.503 toneladas (-12%), tomate con 629.269 toneladas (-5%) o coles con 500.520 toneladas (-7%). En cuanto al valor total de la exportación de hortalizas creció un 7% totalizando 7.086 millones de euros.

En cuanto al valor, el crecimiento estimado del 3% estimado por FEPEX se reduce, con los datos definitivos, al 1,6%, incremento que no compensa la inflación de costes que ha asumido el sector, en un año, en el que las importaciones han seguido creciendo.

Los envíos fuera de Europa aumentaron un 4% respecto a 2021 pero sólo alcanzaron 453.488 t, lo que muestra la trascendencia del mercado comunitario para la exportación española y en consecuencia la importancia de la normativa de la Comisión Europea que, para FEPEX, debe estar en consonancia con la realidad productiva de los Estados Miembros y apoyar claramente el modelo productivo comunitario y no generar distorsiones de la competencia con países terceros.

La climatología ha jugado en nuestra contra

Este fuerte descenso del volumen exportado de frutas y hortalizas frescas



Las nectarinas han descendido sus exportaciones en un 20%.



La exportación de pimiento ha descendido en 2022 un 7%.

La normativa de la Comisión Europea debe estar en consonancia con la realidad productiva de los Estados Miembros

se debe en gran medida a la climatología adversa, según FEPEX, que ha provocado todo tipo de incidencias, como las heladas de la primavera, que supusieron la fuerte reducción de la fruta de hueso especialmente en Aragón y Cataluña, o las incasantes lluvias durante los meses de abril y mayo en regiones eminentemente hortofrutícolas como Murcia. A lo que se sumaron las olas de calor del verano y un arranque de invierno muy cálido, que ha afectado a las producciones hortofrutícolas andaluzas.

Por ello, son precisas medidas específicas para fomentar las inversiones que permitan hacer frente a esta climatología adversa cada vez más presente.

Mientras, la importación no para de crecer

La importación española hortofrutícola en 2022 creció un 7% en volumen y un 15% en valor respecto a 2021, totalizando 3,8 millones de toneladas y 3.763 millones de euros. Las hortalizas fueron las que más crecieron con 1,8 millones de toneladas (+14%) por un valor de 1.172 millones de euros (+32%). Las frutas totalizaron 2 millones de toneladas (+1%) y 2.591 millones de euros (+9%).

HortiDATA, Foro y Demo, imprescindibles para la digitalización del sector

HortiDATA, en sus vertientes de Foro y Demo, se han convertido en unas citas indispensables para el sector agroprofesional interesado en la innovación y digitalización.

La marca HortiDATA, proyecto de Siete Agromarketing, continúa con su filosofía de trabajo en búsqueda de la innovación y digitalización del sector hortofrutícola, acercando a los productores las últimas novedades en tecnología para sus explotaciones.

El pasado mes de marzo se celebró el II Foro de Innovación Digital Hortícola en las instalaciones del PITA, en Almería. Al evento acudieron más de 200 profesionales del sector y el programa estuvo formado por diferentes mesas de debate con protagonistas de primer nivel y expertos en la innovación del sector.



Autoridades, organizadores y ponentes en el II Foro HortiDATA Almería.

Ahora, la siguiente cita es el próximo mes de junio, con la II Demo HortiDATA, que se celebrará en Murcia, y en ella, no sólo los asistentes podrán conocer las últimas novedades tecnológicas, si no que podrán

palparlas y utilizarlas de primera mano en los stands de las diferentes empresas expositoras. Si estás interesado en asistir y/o participar, puedes escribir al email comunicación@sieteagromarketing.com.

hortamira
S. COOPERATIVA LTDA.



www.hortamira.coop

Ctra San Cayetano, s/n 30739 El Mirador - San Javier (Murcia) - Tel. 968 174 192 Fax. 968 174 083

Por José Esteban Ruiz Álvarez.

Periodista agroalimentario | @RuizJoseEsteban

“Para paliar los efectos de la sequía existen dos planteamientos importantes: la inversión y la solidaridad entre regiones”



Carmen Crespo Díaz. Consejera de Agricultura, Agua, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía.

La sequía, la innovación, la inversión en infraestructuras hídricas o la importancia de la colaboración público-privada en cuestiones que afectan directamente al sector hortofrutícola son algunos de los temas que abordamos con la consejera de Agricultura, Agua, Pesca y Desarrollo Rural de Andalucía.

¿Cómo ve al sector de las frutas y hortalizas y cómo queda con la nueva PAC?

Los cambios que determinan la nueva PAC para las frutas y hortalizas entiendo son bien acogidos porque vienen a insistir en unos planteamientos en los que en Andalucía ya teníamos mucho camino andado. Las mayores exigencias medioambientales, por ejemplo, están muy en la línea de objetivos ya conseguidos en nuestras producciones.

Andalucía tiene un sector hortofrutícola muy comprometido con todas estas exigencias de manera que somos el gran referente en la apuesta por la sostenibilidad y especialmente en cuestiones tan importantes como la optimización del uso de un bien tan importante como escaso, como es el agua.

Eso sí, somos líderes en exportaciones de frutas y hortalizas. En el primer mes de este año, seguimos creciendo en exportaciones después de haber marcado un récord en 2022. De esta manera en solo dos meses ya se ha exportado en este sector por valor de 1.561 millones de euros.

En cualquier caso, insisto en la necesidad de establecer cláusulas espejo para las importaciones a la Unión Europea de manera que estos productos que entran en nuestras fronteras tengan las mismas exigencias que tienen las producciones europeas. Todo lo que no sea así es una competencia desleal por parte de productos que no tienen la misma calidad y sostenibilidad que los nuestros.

Andalucía lidera la producción ecológica nacional y parte desde un punto de partida aventajado para cumplir con las exigencias europeas en el nuevo marco normativo. ¿Cómo valora estas exigencias que van dirigidas a que prevalezca lo ecológico sobre lo convencional?

Efectivamente Andalucía parte en esta cuestión desde una situación muy ventajosa. Nuestros datos son los que son y a día de hoy somos un gran referente en la producción ecológica a nivel de Europa. Pero no podemos quedarnos ahí. Por eso el Gobierno Andaluz sigue trabajando en impulsar este sistema de producción y en la actualidad elabora una ley de promoción de la producción ecológica para incentivar su consumo con el objetivo de

consolidar a Andalucía como productor líder en esta materia.

Respecto de lo que me pregunta, le diré que como responsable de la agricultura y la ganadería andaluza es una satisfacción reconocer un sector como el ecológico que tantas satisfacciones nos da. Andalucía es ese referente en esta materia. Solo en lo que hace a la superficie ecológica certificada, siete años antes de que entre en vigor (en 2030) la obligatoriedad por parte de Europa de cumplir el requisito de contar con el 25% de la superficie cultivada en ecológico, nosotros ya tenemos el 29%.

“Es necesario establecer cláusulas espejo para las importaciones a la Unión Europea para que los productos que entran tengan las mismas exigencias”

En cualquier caso, la apuesta también en el sector de las frutas y hortalizas por la

Somos tradición, somos pasión, somos evolución.
We are tradition, we are passion, we are evolution.

Onubafruit.

Grow along



onubafruit.com in   



mejor calidad y sostenibilidad se traduce en mejores datos de la producción ecológica, apuesta por el control biológico de plagas y un largo etc.

¿Cómo está funcionando Siembra, la plataforma de análisis de la producción que ha impulsado la Consejería junto al sector?

Estamos muy satisfechos con la puesta en marcha de la plataforma Siembra que sin duda está llamada a crecer y a ser una gran aportación para el sector.

Siembra es una plataforma de comercialización que ha nacido del sector conjuntamente con el Gobierno andaluz y que se enmarca en el Polo de Innovación Tecnológica de la Agricultura 'Cita 4.0' de Andalucía que impulsa la Junta. Se trata de un nuevo instrumento que utiliza el 'Big Data' de la agricultura inteligente para reunir información de campañas agrícolas anteriores y gracias a la aplicación de un algoritmo, poder hacer predicciones sobre las nuevas campañas.

“En los últimos cuatro años hemos impulsado 300 obras de depuración de aguas llegando al 85% de los municipios”

Desde el primer momento hemos pensado que esta herramienta iba a ser útil al mismo tiempo que supone dos importantes logros más: la apuesta por la innovación, el intercambio de conocimientos y las tecnologías, por un lado, y la capacidad de la colaboración público-privada en un sector tan importante como este.

¿Qué propone para paliar los efectos de la sequía y evitar efectos negativos en el desarrollo productivo andaluz?

Para lo que usted me dice hay dos planteamientos de suma importancia: más inversión, por un lado, y solidaridad entre las regiones, de otro.

No podemos hacer que llueva, no está en nuestras manos. Pero sí tenemos la capacidad de paliar la situación con las herramientas que como gobernantes tenemos a nuestro alcance, cada uno dentro de sus competencias.

De hecho, acabamos de aprobar nuestro tercer decreto de sequía, que aumenta



Carmen Crespo Díaz con los representantes del sector en la Mesa de Interlocución Agraria.

a 300 millones de euros los invertidos con carácter de urgencia para paliar intentar paliar la situación actual, contemplando además 40 millones de euros para los agricultores y ganaderos más afectados.

Además, cada semana hacemos un seguimiento de la situación y tomamos decisiones. Para ello constituimos una comisión desde la que se supervisan todas las actuaciones, las obras que se acometen en materia hídrica en Andalucía.

Sin embargo, este esfuerzo que se realiza debe hacerse también por parte de todos. Nosotros estamos incluso invirtiendo en cuencas que no nos corresponden en nuestro marco competencial y seguimos insistiendo en que la administración central debe hacer su trabajo y su esfuerzo inversor con nuevas infraestructuras que no llegan pese a que muchas de ellas están declaradas como Obras de Interés del Estado. También hemos insistido en la necesidad de que los fondos Next Generation UE debían servir para paliar este déficit de infraestructura como por ejemplo en regadíos, desalación, depuración... pero esto no se ha hecho.

Al tiempo, creo que la política de trasvases o, mejor dicho, las cortapisas que se han puesto a ellos, como en el caso Tajo-Segura no hacen sino ahondar en las diferencias entre las regiones secas y las que no lo son, rompiendo con todos los planteamientos de solidaridad.

Uno de los grandes propósitos de la Consejería desde que tomara las riendas en avanzar para garantizar los recursos hídricos en el territorio andaluz. ¿Qué obras hay en marcha? ¿Y en proyecto a corto plazo?

Cuando llegamos al Gobierno hace cuatro años la política hidráulica en ma-

“Insistimos en que los fondos Next Generation UE debían servir para paliar este déficit de infraestructura ... pero esto no se ha hecho”

teria de infraestructuras brillaba por su ausencia y se recibían importantes sanciones por parte de la Unión Europea por no acometer las obras necesarias especialmente para la depuración de aguas residuales. Pese a ello, se cobraba un canon del agua que no se llegaba a gastar.

El panorama ahora es totalmente contrario y esas sanciones han ido, ya de salida menguando. Le puedo dar algunas cifras importantes, como por ejemplo que en la actualidad alrededor del 80% de los 1.500 millones de euros destinados a obra pública se encuentran en ejecución en Andalucía, o que el pasado año pusimos en marcha el Plan S.O.S. (Soluciones y Obras frente a la Sequía) con 4.047 millones de euros en inversiones hasta 2027. Un apunte más, precisamente en depuración ya que he utilizado este argumento para comparar la situación actual con la anterior de hace, como le decía, apenas cinco años: en este período hemos impulsado 300 obras de interés general de la comunidad, llegando al 85% de los municipios andaluces.

El sector reprocha al Ministerio su falta de implicación para aliviar la carga de los productores de frutas y hortalizas por la subida de los costes de producción. ¿Qué están haciendo en la Junta de Andalucía al respecto?

Cada uno debe actuar en base a las competencias de que dispone. En este sentido, no le quede la menor duda de que estamos actuando con todas las "armas" con que contamos. Además, a todas ellas le añadiría una más: el apoyo y el ir de la mano como hemos hecho también en la legislatura anterior, con las organizaciones agrarias y las cooperativas agroalimentarias.

El esfuerzo conjunto ha dado sus frutos y esperamos lo siga dando en el futuro. Además, hemos adoptado resoluciones de ayudas a sectores afectados, la última, la medida 22 y hemos solicitado oficialmente la puesta en marcha de la medida 23, hemos aumentado las ayudas para el campo y para el regadío, para los que se van incorporando para garantizar el futuro de las explotaciones etc.

Nos quedan cosas por conseguir, muchas de ellas muy importantes y que no están en nuestras manos, pero para las que insistimos persistentemente a quien corresponda, el Gobierno de España y la Unión Europea. Entre ellas, por ejemplo, ya le decía anteriormente, la medida 23 para un sector que lo está pasando mal y necesita este tipo de incentivos, una doble tarificación que habría reducido considerablemente los costes sobrevenidos en materia energética, o unas mayores rebajas fiscales. Efectivamente se han reducido módulos, pero no en la medida en que habíamos solicitado. Esto por citar algunas de ellas.

¿Cree que la distribución está haciendo todo lo que está en sus manos para tratar de subir los precios al consumidor?

La cadena alimentaria de frutas y hortalizas busca la máxima eficiencia. No podemos pasar por alto que son productos perecederos, y en ellos prima llegar al consumidor con los productos frescos y de mayor calidad. Los precios de los medios de producción unido al aumento de



Carmen Crespo Díaz. Consejera de Agricultura, Agua, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía.

los costes del transporte y junto a los problemas derivados de la sequía y la guerra que se vive en el corazón de Europa, hacen difícil que se consiga una excelencia de producción a costes más bajos. Pero en ello estamos trabajando y de hecho la plataforma Siembra de la que antes hablábamos trata de anticiparse a comportamientos de los mercados.

No creo que nadie pueda prestarse a otra cosa que no sea la calidad, la sostenibilidad y en la medida de lo posible los precios asequibles. Es uno de los objetivos que se van buscando para que todos los consumidores sin excepción puedan tener acceso a alimentos de un alto valor nutricional.

¿Podría hacer un pequeño balance del trabajo que están realizando para impulsar el consumo de frutas y hortalizas entre los más pequeños?

Sin lugar a dudas, debemos apostar por conseguir los mejores hábitos saludables en la ciudadanía y la mejor manera de hacerlo es en edades tempranas. El consumo de "cinco al día" de productos hortofrutícolas garantiza un crecimiento ordenado en lo nutricional.

Comer mejor para tener una mejor salud en el futuro pasa por comer fruta y verdura y para ello hay que crear el hábito en edades tempranas"

Esto lo tenemos meridianamente claro en la Junta de Andalucía, de ahí que, desde la Consejería, junto con las de Desarrollo Educativo y Formación Profesional y Salud y Consumo, desarrollemos uno de los programas "estrella" de impulso del consumo de las frutas y hortalizas en las escuelas andaluzas incluyendo el denominado Frutibús, pues se trata de una ludoteca itinerante que solo este curso recorrerá 170 centros educativos.

Comer mejor para tener una mejor salud en el futuro pasa por comer fruta y verdura en proporciones ajustadas y para ello hay que crear el hábito y facilitar que nuestros pequeños de hoy sean unos consumidores en el futuro de calidad, salud y sabor.



Buenos por Naturaleza



Por **Bárbara Aguayo Martínez**.

Periodista Agroalimentaria | @BarbaraAguayoM3

“Queremos introducir más volumen de Candine en el mercado español”

Candine es una manzana dulce, con un sabor que recuerda a frutos exóticos, con potencial para un nuevo grupo de consumidores.

¿Cuáles son las nuevas variedades que Blue Whale está introduciendo este año?

Estamos en proceso de aumentar los volúmenes de dos variedades prometedoras para el mercado. Por un lado, Candine para manzanas y Fred para peras.

Nuestra gran apuesta es introducir más volumen de Candine en el mercado español. Esta variedad de manzana especialmente dulce con sutiles sabores a frutas exóticas tiene el potencial de atraer a un nuevo grupo de consumidores.

¿Cómo ha sido la campaña de la manzana en esta primera mitad de la temporada?

El año pasado nuestros calibres se vieron afectados por las heladas que azotaron el país. Sin embargo, este primer inicio de temporada se ha visto afectada por las olas de calor provocando una disminución de tamaño de nuestras manzanas chanteclair, fuji y grey Canada.

Sin embargo, la campaña con Candine ha pasado de una cosecha de 370 toneladas la pasada campaña a una previsión de 3.500 para la temporada actual, con visos de incrementar la producción hasta las 8.000 toneladas la próxima campaña. En España, esto supone un crecimiento del 166%, al pasar de las 150 toneladas comercializadas el año pasado a las 400 toneladas de la campaña actual.

Este año además hemos tenido la confirmación en Extremo Oriente de la total aceptación de la variedad Candine, cuyas

ventas se han multiplicado por seis con un posicionamiento de precio premium, al nivel de las mejores variedades de la zona. Esto da esperanzas para el desarrollo de esta variedad. También podemos constatar el aumento de poder de algunas variedades como Coeur de reine en Francia.

¿Cuál es el compromiso de Blue Whale en materia de cuidado con el medio ambiente y sostenibilidad?

Blue Whale participa en varios programas de investigación en colaboración con organismos públicos y privados para impulsar un método de producción sostenible desde el punto de vista técnico, económico y medioambiental.

Ya podemos mencionar los primeros resultados del proyecto Green GO. Se trata de un proyecto realizado con Pink Lady y la Asociación Nacional Francesa de la Manzana y la Pera para medir el impacto del carbono en la industria de la manzana, desde el huerto hasta el consumidor. A partir de este análisis del ciclo de vida, que se ha entregado en enero de 2023, se desarrollará un plan de acción para mejorar nuestro nivel productor-almacenista-expedidor.

El cambio climático, ¿ha afectado a la calidad de las manzanas en Francia en los últimos años?

El clima está cambiando desde hace varios años. Nos afecta especialmente a



Marc Peyres. Director Comercial de Blue Whale

En Blue Whale estamos comprometidos con el medio ambiente

nuestro sector con graves consecuencias para la producción.

Lo que más nos marca es la aceleración del cambio climático y los fenómenos extremos que van unidos a él. En Francia, hemos tenido unos años bastante favorables y luego los 2 últimos años han sido más complicados donde la calidad de nuestras manzanas se ha visto afectadas por la falta de agua principalmente.

¿Cómo prevé la próxima cosecha de manzanas en términos de calidad y volumen en comparación con el año pasado?

Aún es pronto para decirlo ya que estamos en el periodo de floración con muy buenas condiciones para la vuelta a flor. La experiencia de las últimas temporadas demuestra que hasta que no se recoge la última manzana puede pasar cualquier cosa. Hay tantos riesgos posibles en primavera y verano que aún no podemos saber si la cosecha será buena.



BlueWhale®

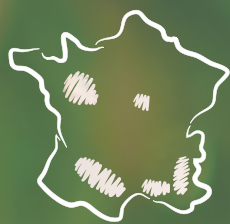
FOREVER GOOD!

Choosing Blue Whale apples, means supporting French producers and their orchards that have received labels certifications for their sustainable practices.

It also means recognizing 50 years of expertise and promoting French production areas.

Finally, it means supporting us in our continuous improvement approach, for ever more virtuous agriculture practices.

FRUITS FROM FRANCE



BLUE-WHALE.COM

 Blue Whale SAS



Infoagro Exhibition regresa con fuerza



Las dos plantas interiores en exposición.

La Feria de la Producción Intensiva y de la Industria Auxiliar que se celebra el Palacio de Exposiciones y Congresos de Aguadulce registra un pleno en ocupación.

Infoagro Exhibition 2023, cuya celebración se lleva a cabo del 10 al 12 de mayo, cuenta, tras su vuelta después del 'respiro' por la pandemia, con un lleno absoluto de su superficie en exposición, con la participación de un total de 500 empresas expositoras, lo que representa un aumento significativo en comparación con ediciones anteriores.

El 20% de estas empresas asisten por primera vez a este evento, lo que demuestra el interés creciente que despierta la feria en el sector agrícola y alimentario. Esta cifra confirma, apuntan en la organización, el posicionamiento de Infoagro Exhibition como una de las principales ferias del sector, ofreciendo una plataforma ideal para dar a conocer las últimas innovaciones y tendencias en el mercado. La presencia de empresas nuevas también es una muestra de la vitalidad y dinamismo del sector, lo que augura un futuro

prometedor para la agricultura y la industria alimentaria.

En esta edición, además de los sectores propios de la producción intensiva, como es habitual, se da protagonismo a sectores dedicados a la tecnología del invernadero y otro tipo de cultivos. Su presencia el espectro de visitantes profesionales, atraídos por la presencia de las empresas más innovadoras en el campo de la agricultura y la industria auxiliar, que dan a conocer las últimas tecnologías.

Tecnología punta que se hace especialmente patente en el espacio Startup Infoagro, donde, un conjunto de empresas de base tecnológica, dan a conocer proyectos de vanguardia en la digitalización del campo.

Además, la muestra coincidirá con la segunda sesión de conferencias centradas en el estudio del pimiento organizadas por World Vegetable Congress.

Grandes empresas

Un año más, los gigantes almerienses del sector agrícola vuelven a hacer de Infoagro Exhibition su casa, estando representados todos subsectores que hacen posible el buen desempeño agrícola, tales como la lucha integrada, riego, nutrición

vegetal, sanidad vegetal, automoción y maquinaria, lucha integrada, hidroponía, gestión de residuos, recubrimientos para invernadero, control biológico y envasado y embalaje.

La organización de Infoagro Exhibition tiene claro que el agricultor es el eje transversal de la celebración de la feria desde sus inicios, por lo que considera de vital importancia aglutinar en su seno los productos y servicios necesarios. Con la premisa de ofrecer en el centro de exposiciones de Aguadulce las últimas novedades del sector, la feria estima poder rebasar la cifra de 12 millones de euros de volumen de negocio que se consiguieron en la pasada edición.

En el marco de la feria tiene lugar el World Vegetable Congress centrado en pimiento

La tecnología es clave

La tecnología es un factor clave en el sector agrícola, y en Infoagro Exhibition, en su afán por la transmisión del conocimiento se puede observar cómo las últimas innovaciones tecnológicas están siendo imple-

mentadas con éxito para mejorar la producción y la eficiencia en el campo. Como reconocimiento al vasto avance tecnológico que la agricultura experimenta a diario la feria ha introducido una novedad importante: el distintivo Vía Smart. Este distintivo se otorga a empresas que ofrecen soluciones tecnológicas inteligentes, innovadoras y sostenibles para la agricultura.

Además, dentro del ciclo de conferencias de la feria, existirá un bloque relacionado con la tecnología en la agricultura. En este sentido, la Fundación Cajamar Innova tendrá un papel destacado al abrir la serie de ponencias sobre Smart Agro y Startups. La fundación presentará casos de éxito empresarial nacidos de sus iniciativas de apoyo a la innovación en el campo agrícola. Será una oportunidad para conocer las últimas tendencias y proyectos en este ámbito realizados en la provincia de Almería, además de un foro de intercambio de experiencias con otros profesionales y empresas del sector a nivel nacional e internacional.

Una feria internacional

La participación de empresas extranjeras refleja la importancia de este evento.

Infoagro Exhibition introduce en esta edición una novedad importante: el distintivo Vía Smart

to en el panorama internacional de la industria agrícola y de la industria auxiliar. Ocupando todo el espectro de negocio que precisa el productor, empresas de Alemania, Armenia, Bélgica, Dinamarca, EE.UU, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, India, Italia, México, Países Bajos, Polonia, Portugal, Suecia, Suiza y Turquía acuden a Almería con un amplio catálogo de productos y servicios para mejorar la eficiencia y la calidad de los cultivos. Bioestimulantes, maquinaria, comercialización, fertilizantes y fitosanitarios, diseño y producción, invernaderos, plásticos, riego, semillas y software y tecnología IA aplicada a la agricultura, son algunos de los sectores en los que se mueven estas empresas internacionales.

Encuentros B2B

La feria acoge el XVII Encuentro de la Industria Auxiliar Agrícola que organiza la



Visitantes en uno de los pasillos de la edición anterior de Infoagro Exhibition.

Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Extenda. Gracias a esta sinergia, se potencian los encuentros entre empresas de la industria auxiliar y operadores internacionales facilitando la infraestructura durante la semana en que se lleva a cabo la exposición, así como el apoyo logístico y difusión a dichas reuniones con el objetivo de conseguir una mayor generación de negocios y superar las cifras de la pasada edición, en la que se reunieron 33 empresas de la industria auxiliar andaluza y 25 operadores internacionales procedentes de 20 países, dando lugar a unas 700 reuniones.

¿SUMINISTRO DE NUTRIENTES?
NINGÚN PROBLEMA.

Con Patentkali se asegura de que sus cultivos se nutran de manera óptima en cada etapa de crecimiento.

Patentkali®

30% K₂O · 10% MgO
44% SO₃

K+S Minerals and Agriculture GmbH
A K+S Company

www.kpluss.com ·    K+S Agrar

K+S



Por José Esteban Ruiz Álvarez. Periodista agroalimentario | @RuizJoseEsteban

“Si algo no está visible en Infoagro Exhibition, es poco probable que esté presente en el mercado”

La Feria Internacional que se celebra en Almería alberga una amplia representación de todos los subsectores de la agricultura intensiva.

Con el periodo de pandemia, Infoagro Exhibition tuvo que reconducir su calendario, como tantos otros eventos, pero regresa con fuerza.

Así es, a pesar de las dificultades que ha supuesto el periodo de pandemia, estamos encantados de anunciar que Infoagro Exhibition regresa con más fuerza que nunca. Hemos trabajado arduamente para asegurarnos de que nuestro evento cumpla todas las expectativas que el sector exige.

Estamos muy entusiasmados por el éxito que estamos viendo y por la gran cantidad de expositores y visitantes que han confirmado su asistencia. ¡Estamos deseando dar la bienvenida a todos los participantes y disfrutar de una edición inolvidable! Además, hay que tener en cuenta que Infoagro Exhibition regresa después de 4 años de inactividad, por lo que sentir la confianza de los expositores en Infoagro Exhibition es una gran responsabilidad para nosotros. Estamos comprometidos en ofrecer un evento de calidad y que cumpla con las expectativas de todos los participantes.

Esta feria, diseñada para el agricultor, ha logrado aunar una amplia representación de todos los subsectores de la agricultura intensiva. ¿Cuál es la clave del éxito?

El objetivo principal de la feria es facilitar a los agricultores todo lo que necesitan para llevar a cabo su trabajo de manera eficiente. Podríamos decir que, si algo no está visible en Infoagro Exhibition, es poco probable que esté presente en el mercado, y es precisamente eso lo que nos esforzamos por lograr en la feria, responder a las necesidades del produc-



Jesús García Puertas. Director de Desarrollo de Infoagro Exhibition.

tor, desde nuevas variedades de semillas, suministros de riego, hasta las más avanzadas aplicaciones de Inteligencia Artificial para la gestión de los cultivos.

Además, están representados todos los subsectores que hacen posible el buen desempeño agrícola, tales como la lucha integrada, riego, nutrición vegetal, sanidad vegetal, Automoción y Maquinaria, hidroponía, gestión de residuos, recubrimientos para invernadero, control biológico y envasado y embalaje.

“Hemos trabajado para que el evento cumpla con todas las expectativas que exige el sector”

Consolidada a nivel nacional como un evento referente para la horticultura,

cada edición se percibe un mayor interés por empresas extranjeras ¿Cómo están trabajando la internacionalización de la feria?

El trabajo de campo de nuestro departamento comercial en otros eventos ha sido esencial para conocer las necesidades y expectativas de los expositores y visitantes internacionales. Esta información nos ha permitido mejorar nuestros procedimientos y ofrecer una experiencia más satisfactoria de cara al expositor internacional. El hecho de que cada vez más empresas decidan participar en Infoagro Exhibition es una muestra de la importancia que tiene este evento en el calendario del sector y de la relevancia de la ‘marca Almería’ en la agricultura mundial.

Con el cartel de completo en el apartado expositores desde hace semanas se acercan tres jornadas intensas en cuanto a visitas. ¿Qué afluencia de profesionales y público en general barajan?



Observando la fauna auxiliar en el stand de Agrobío.

“El objetivo principal de la feria es facilitar a los agricultores todo lo que necesitan para llevar a cabo su trabajo de manera eficiente”

Tenemos unas sensaciones muy positivas y estimamos que más de 48.000 visitantes asistan al Palacio de Congresos ‘Cámara de Almería’ de Aguadulce. Los registros online de visitantes profesionales se han disparado en esta edición, y además habría que contar todas aquellas personas que acuden invitadas por las empresas expositoras. Habiendo registrado un lleno absoluto de la zona expositiva, con 600 empresas, directas e indirectas, a falta de semanas de dar el pistoletazo de salida a la fiesta de la agricultura, podríamos decir que Infoagro Exhibition es un éxito. Además, los ‘inputs’ que recibimos de agricultores o

directores comerciales nos indican que la gente tiene muchas ganas de volver a esta cita y poder realizar sus negociaciones cara a cara.

¿Qué le aporta al conjunto de la feria que se lleve a cabo una agenda de jornadas y conferencias tan completa?

Una agenda completa de jornadas y conferencias en la feria Infoagro Exhibition puede tener un impacto muy positivo en el conjunto del evento, beneficiando tanto a los asistentes como a los expositores y patrocinadores. Ampliación del conocimiento: Los asistentes tendrán la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos y actualizarse sobre los últimos avances en tecnología, innovación, tendencias y buenas prácticas en el sector agroindustrial. Fortalecimiento de la red de contactos: La agenda de conferencias y jornadas de presentaciones comerciales permite a los participantes establecer contactos con expertos, profesionales y empresas que trabajan en su misma área de interés, lo que puede favorecer

futuras colaboraciones y oportunidades de negocio. Generación de sinergias: La agenda de conferencias y jornadas puede ser una herramienta efectiva para fomentar el intercambio de experiencias, ideas y conocimientos entre los diferentes actores del sector agroindustrial, lo que puede dar lugar a nuevas sinergias y oportunidades de colaboración. Y potenciación de la innovación: La realización de charlas y mesas redondas con expertos en innovación y tecnología permite la discusión de ideas y soluciones innovadoras para el sector, contribuyendo así al impulso de la innovación en la industria agroindustrial.

“Los asistentes tendrán la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos y actualizarse sobre los últimos avances”

**HEROFOL®
DENSO**



LA FERTILIZACIÓN FOLIAR MÁS AVANZADA





Fase inicial del fruto.

El melón y la sandía: una campaña poco habitual en comparación con las anteriores

Los precios de los cultivos de invierno y las circunstancias climatológicas primaverales afectan a la producción cosechada.

Muchos de los agricultores decidieron prescindir o posponer los trasplantes de melón y sandía en invernadero con el fin de maximizar la rentabilidad de sus cultivos de invierno como puede ser el caso de pepino, pimiento y tomate. Una de las principales razones fueron los precios favorables que se obtuvieron por estas cosechas, asegura la Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores (ASAJA).

Estos precios tan beneficiosos “no son habituales para esta época del año. Lo que incita a los profesionales agrícolas a continuar con los cultivos de invierno todo el tiempo que les sea posible”, explica Eduardo Molero, delegado de Field Marketing de la compañía de sanidad vegetal SIPCAM Iberia.

Además del factor económico, la campaña de melón y sandía se puede ver

afectada por las condiciones climáticas que se han experimentado en toda la Península y Baleares en los últimos días del mes de abril, es decir, un aumento de temperaturas más propias del verano que de la primavera. Esta situación atípica puede llegar a estresar a la planta en uno de sus momentos más importantes de crecimiento: el cuaje de los frutos.

Durante el mes de mayo se espera que la masa cálida mengüe y lleguen las lluvias primaverales tan esperadas por los agricultores. Estos constantes cambios climatológicos pueden llegar a mermar el rendimiento y la productividad de los cultivos de melón y sandía arriesgando sus cosechas.

Los bioestimulantes Stilo® Hydro y Record, de Sipcám Iberia, aportan un mayor rendimiento y productividad

Además, se tratan de unas circunstancias que dificultan el principal objetivo de los agricultores: conseguir unos cultivos lo más fructíferos posibles. Para lograrlo, Molero recomienda aplicar los bioestimu-

lantes Stilo® Hydro y Record que aportan un mayor rendimiento y productividad.

Stilo® Hydro actúa como osmorregulador y frente al estrés abiótico de la planta. Algunas de las circunstancias que más afectan a estos cultivos en particular pueden ser la carencia de luz -indispensable para la fotosíntesis- y el contraste de temperaturas. Este bioestimulante actúa mitigando dichas alteraciones en momentos clave como pueden ser floración y engorde inicial de los frutos, frenando posibles abortos florales y obteniendo así más frutos viables.

Por otra parte, el bioestimulante Record ayuda a la planta en la recta final de engorde y maduración de los frutos, ya que le permite asimilar mejor el calcio existente en el suelo, entre otros elementos. Pero, no solo consigue que gran parte de estos sean absorbidos, sino que alcancen también a los frutos y hojas jóvenes -zonas sumidero de la planta- para así lograr un engorde y maduración homogéneos en el momento de la cosecha. “Se trata de una solución que, tras años de estudio, hemos comprobado que aumenta el tamaño de los frutos y los grados brix -imprescindibles para dotar al melón o sandía de sabor y dulzor-”, explica el delegado de Field Marketing.

SIPCAM Iberia es una empresa de I+D, marketing y comercialización de productos fitosanitarios, bioestimulantes y nutricionales especiales, tanto químicos como biológicos, con vocación de liderazgo que elabora soluciones innovadoras de investigación y desarrollo agrícola, ofrece una amplia cartera de productos para los principales cultivos y convierte en productos seguros para el agricultor, el consumidor y el medio ambiente.

“Cuando fundamos UNICA, nuestra cooperativa movía 20 millones de kilos y UNICA, unos 100. En la actualidad, Cabasc tiene 90 millones de kilos y UNICA, en total, 500 millones. Los números hablan por sí solos.”

“Hemos conseguido crecer con UNICA, ser más competitivos, sin perder nuestra esencia. Tenemos que conseguir dar valor a nuestros productos para poder seguir viviendo de la agricultura y, en UNICA, tenemos el mejor equipo.”



Paco Martín, agricultor de UNICA
(Presidente de Cabasc)

Miguel García Cabeo,
agricultor de UNICA (Cabasc)

“Ahora, más que nunca,
en UNICA tienes futuro”



Sigue la conversación,
capturando este
código y en
unicamepertenece.es



¿y tú? ¿a quién perteneces?

La Unión lanza Agroservicios, un servicio propio de seguros e inversiones

Jesús Barranco Martín. CEO de La Unión.

La Unión lanza su nuevo proyecto de seguros e inversiones poniendo el foco en dos de los principales activos de la compañía: el agricultor y el empleado con el fin de cubrir las principales necesidades y demandas de estos.

Desde comenzase la implementación del nuevo plan estratégico de la compañía a mediados de 2021, La Unión ha seguido trabajando en proyectos y acciones centradas en la Rentabilidad, la Innovación, el Desarrollo y los Agricultores. Poniendo el foco en valores como la confianza y buscando fórmulas que ofrezcan a los agricultores asesoramiento y otros servicios complementarios que le faciliten una mayor gestión de tu actividad. En este proceso, además, se ha buscado adaptar y personalizar diferentes propuestas de valor en función de las necesidades de todas las personas que conforman La Unión.

Servicio de asesoramiento en seguros

La Unión Agroservicios cuenta con el apoyo en la implantación de la empresa Consultora SIGMA del soporte de la Correduría de Seguros y Reaseguros Servicio Profesional de Asesoramiento en Seguros

e Inversiones, SL; especialistas en el desarrollo de proyectos similares, con una larga experiencia y presencia a nivel nacional, lo que permitirá ofrecer servicio personalizado en las poblaciones de todo el territorio.

Este nuevo departamento está diseñado para garantizar, además de la gestión de la empresa de la persona asegurada, otros aspectos de la vida personal o negocio que requieren un enfoque personalizado y un conocimiento especializado para garantizar su óptima gestión. Así, La Unión Agroservicios ofrece servicios profesionales de gestión de riesgos con soluciones a medida, donde gracias a los acuerdos establecidos con distintas entidades bancarias, facilitarán la tramitación de préstamos y estudios de financiación personal o empresarial, para que los socios y empleados puedan disponer de sus recursos financieros de forma eficiente.

Una amplia cartera de servicios

El amplio catálogo de La Unión Agroservicios aborda cuestiones como la empresa, la vida y la salud, ahorro y jubilación, inversión y otros servicios que requieran un estudio y tratamiento especializados.

En primer lugar, y poniendo el foco en el sector agrícola y los riesgos que existen en él, desde Agroservicios se ofrecerán servicios orientados a seguros agrícola, accidentes de convenio, seguros para invernaderos, seguro de responsabilidad

civil, seguro de salud para empleados y ahorro y jubilación empleados.

Además, ofrece las ventajas de asegurar los aspectos más cotidianos e importantes de la vida como el hogar, el coche, la vida, accidentes, decesos, dependencia, asistencia sanitaria, reembolso de gastos, seguro dental, bajas laborales, seguro de hospitalización y enfermedades graves.

Por otro lado, la apuesta de cuidar a todo aquel que forma parte del día a día se traduce en una inversión de futuro, apostando por planes de ahorro de pensiones, rentas vitalicias y temporales; planes individuales de Ahorro Sistemático (PIAS); planes de Previsión de Asegurados (PPA); seguros individuales de Ahorro a Largo Plazo (SIALP); y Unit Linked.

Finalmente, y con el fin de ayudar a la inversión y el patrimonio de cara al futuro, Agroservicios trabajará en un plan de ahorros a través de distintos instrumentos financieros para invertir y mejorar su rendimiento, con el planteamiento que mejor se adapte al agricultor.

En palabras de Jesús Barranco, CEO de La Unión, "con La Unión Agroservicios queremos acercarnos al agricultor pero también a nuestros empleados, ya que son el motor de nuestra empresa, y nuestro principal compromiso con ellos es facilitarle opciones para cubrir sus principales necesidades con propuestas de valor de cara al futuro".

Agrobío adquiere la empresa danesa EWH BioProduction ApS

La operación es fruto del resultado de una estrecha relación comercial que han mantenido por muchos años.



Instalaciones de Agrobío en la provincia de Almería.

La empresa almeriense Agrobío ha anunciado la adquisición de la danesa EWH BioProduction ApS. Esta es la primera incorporación al grupo empresarial Agrobío, referente en polinización natural y control biológico de plagas, marcando un importante hito en su expansión internacional y su apuesta por fortalecer su presencia en Europa.

EWH BioProduction ApS, fundada en 1996 y con sede en Dinamarca, ha esta-

do dedicada durante más de 25 años a la producción y venta de macroorganismos para el control biológico de plagas en el área escandinava y el norte de Europa.

Agrobío fortalecerá su posición en el mercado y ampliará su cartera de productos y servicios, mejorando así la calidad de los mismos. Además, la empresa adquirirá talento y experiencia valiosos que ayudarán a seguir creciendo y mejorando su oferta comercial.

“Esta adquisición es un paso importante en nuestra estrategia de crecimiento y refuerza nuestro compromiso de ofrecer soluciones innovadoras y de calidad a sus clientes en todo el mundo”, apuntan en Agrobío.

Agrobío, fundada en 1995 en Almería y pionera en la producción de abejorros en España, es una biofábrica que produce fauna auxiliar para combatir las plagas, y abejorros para la polinización natural.

Esta empresa trabaja para alcanzar residuo 0 y restablecer el equilibrio natural, logrando la seguridad agroalimentaria, con productos más sanos, seguros y de calidad. Su línea de investigación puede dar una respuesta rápida a las nuevas problemáticas que surgen en el campo, seleccionando las especies mejor adaptadas.

www.agrobio.es

¿Superar las expectativas de distribuidores y consumidores?

Sí, junto a ti



Sí, en SIPCAM investigamos para conocer las necesidades de los destinatarios finales de todos los cultivos. Nos esforzamos en escuchar, de forma activa y permanente, sus preferencias y demandas. Adelantarnos a sus gustos y exigencias. Ese es nuestro espíritu.

Sí, junto a ti, superar siempre todas las expectativas.

Por **José Esteban Ruiz Álvarez**. Periodista agroalimentario | @RuizJoseEsteban

Las resistencias marcan la innovación varietal en hortícolas

Las casas de semillas, gracias a su esfuerzo e inversión, están dando respuestas a las necesidades de los agricultores con material vegetal resistente a virus como el del rugoso en tomate, Nueva Delhi en calabacín o pepino, y oídio y nemátodos en pimiento.

En los últimos años, dada la gran necesidad de los agricultores y empresas de comercialización para hacer frente a virus que han irrumpido con fuerza en el campo, lastrando producciones de frutas y hortalizas, gran parte de la capacidad innovadora de los obtentores vegetales, como Rijk Zwaan, HM CLAUSE, BASF, Semillas Fitó o Sakata, entre otros, se ha centrado en incidir en su investigación en materia de variedades que respondan con garantías ante las nuevas amenazas contra la sanidad vegetal en productos hortícolas.

La aparición del virus de Nueva Delhi en calabacín, principalmente (por la proporción de afectación); así como el rugoso en tomate, que en el último año ha hecho acto de presencia con más fuerza en la Península Ibérica; o los problemas de oídio y nemátodos en pimiento, han generado la reacción de los investigadores y genetistas, proponiendo nuevas variedades en cada uno de los segmentos con una genética resistente a los virus que más afectan a cada cultivo.

En el segmento de pimiento, principalmente en el tipo California, tanto en rojo como en amarillo, las variedades con resistencia a oídio y/o nemátodos se extiende por la mayor parte de los catálogos. Por citar algún ejemplo, dado su gran portfolio, encontramos la gama IÓN de HM.CLAUSE, una empresa que cada año suma nuevas variedades, abarcando ya todos los segmentos de cultivo de pimiento, completando así el calendario. Igual ocurre con Rijk Zwaan, que contempla una



Variedad de pimiento California con resistencia a oídio y nemátodos.

amplia oferta en variedades de pimiento con resistencia a oídio y nemátodos.

En 2012 el virus "Tomato Leaf Curl New Delhi" (ToLCNDV) fue detectado en algunas áreas de la cuenca mediterránea, causando graves problemas para los agricultores de calabacín. Se perdieron cosechas enteras en 2014, creando serias rupturas en toda la cadena de suministro de productos frescos. En ese mismo año, el virus se expandió a otros países mediterráneos.

Desde entonces los obtentores vegetales focalizan su investigación en variedades de calabacín, pero también de pepino, para cubrir las necesidades en materia de resistencias a este virus. Desde hace ahora varias campañas, los agricultores pueden respirar ya que tienen a su disposición materiales que hacen frente a este virus.

Virus del rugoso

Este año, la mayor novedad, en esta materia de resistencias se centra en el virus conocido como rugoso (ToBRFV), que además tiene una mayor predisposición al

contagio ya que lo hace por contacto, por lo que además de variedades resistentes es crucial mantener un protocolo riguroso de prevención. Este virus se detectó por primera vez en Jordania en 2014 y desde entonces se ha propagado a muchas de las principales áreas de producción de tomate de todo el mundo.

El ToBRFV ya está presente, prácticamente, en todas las zonas productoras de España; de ahí la importancia de "hacer hincapié no sólo en las soluciones genéticas, como pueden ser las variedades con la resistencia, sino también en medidas higiénicas y de profilaxis que eviten su propagación", expone Miguel Espinosa, Key Account Manager de BASF.



BASF, un servicio integral para la prevención del virus del rugoso en tomate



Variedad de BASF resistente al virus del rugoso

La compañía cuenta con diferentes variedades resistentes, pero a la vez apuesta por la complementariedad en los cultivos de medidas dirigidas a la prevención

Desde el inicio del brote del virus del fruto rugoso marrón del tomate (ToBRFV), hace ya más de cinco años, BASF ha buscado activamente en su centro de I+D la solución a esta problemática, consiguien-

do ofrecer soluciones a los productores para luchar contra él.

El objetivo de BASF siempre ha sido ofrecer soluciones sostenibles y que per-

duren en el tiempo. La cartera de productos de Nunhems® ofrece actualmente una gama de variedades de semillas de tomate resistentes al virus. Todas ellas cumplen los requisitos de los diferentes niveles de la cadena de valor agroalimentaria. Además de su productividad y sanidad vegetal, las variedades ofrecen aspectos, como sabor, color o apariencia visual en consonancia con las demandas del mercado actual.

BASF cuenta ya con materiales como los tomates pera Azovian y Blindon (para trasplantes de primavera), con los que completa el ciclo en esta tipología aportando la garantía de la resistencia al ToBRFV.

Asimismo, en tomate rama, introducen Cabosur, una variedad que "ha dado muy buenos resultados en los ensayos realizados con clientes", comenta Espinosa, quien avanza, de cara la próxima campaña, "será una solución en este segmento".

La casa de semillas continúa, asimismo, desarrollando nuevos materiales en otras tipologías y para otros modelos de cultivo, como pueden ser los invernaderos high tech. "Nuestro objetivo es ofrecer soluciones en todos los segmentos", señala el Key Account Manager de BASF, que invita a todos los profesionales del sector a no perderse esta charla divulgativa.

De este modo, BASF se alinea una vez más con las necesidades del resto de la cadena de valor, que demanda soluciones a una problemática que "ha venido para quedarse". Y lo hace ofreciendo a todos los actores del sector información contrastada, y el mejor asesoramiento para, juntos, combatir los efectos de un virus devastador.

www.labatalladelrugoso.es

TOMATE PERA AZOVIAN

nunhems

BASF
We create chemistry

Para más información:
labatalladelrugoso.es



Rijk Zwaan presenta variedades de tomate con alta resistencia al virus del rugoso

El equipo de investigación de Rijk Zwaan ha encontrado una genética nueva y única que ofrece un alto nivel de resistencia al ToBRFV.

El virus rugoso del tomate (ToBRFV) está causando grandes pérdidas económicas en el cultivo de tomate en todo el mundo. El equipo de investigación de Rijk Zwaan ha encontrado una genética nueva y única que ofrece un alto nivel de resistencia al ToBRFV.

Rugose Defense

Poco después de este descubrimiento, los mejoradores comenzaron a desarrollar variedades resistentes en sus programas de mejora en todo el mundo y ensayaron exhaustivamente estas variedades en campos de experimentación y desarrollo internos, y con productores de referencia para evaluar su valor agronómico. Rijk Zwaan ofrece ahora a los productores los mejores híbridos bajo el portfolio Rugose Defense, en distintas tipologías.

Rijk Zwaan ofrece ahora a los productores los mejores híbridos bajo el portfolio Rugose Defense

Compatible con todos los portainjertos comerciales

Las variedades de tomate de Rijk Zwaan con alta resistencia a ToBRFV (virus del rugoso del tomate) son compatibles con todos los portainjertos disponibles comercialmente. Los ensayos han demostrado que la variedad de portainjertos Suzuka RZ se comporta muy bien en combinación con variedades de tomate



Variedad de tomate de Rijk Zwaan.

susceptibles y resistentes en condiciones de alta tecnología.

Rijk Zwaan seguirá introduciendo nuevas variedades adecuadas para los cultivos protegidos y de alta tecnología. Rijk Zwaan, como ha manifestado en un comunicado, quiere «agradecer a todos los productores que nos apoyaron en ensayar los primeros tomates resistentes a HR para los cultivos de alta tecnología».

La compañía de semillas mantiene una apuesta constante por la innovación, investigando para obtener variedades que respondan a las exigencias del mercado,

aportando nuevas soluciones a las problemáticas que se plantean en el campo.

Rijk Zwaan es un referente en semillas de una amplia variedad de frutas y hortalizas, tales como tomate, pimiento, calabacín, cultivos de hoja, brásicas, pepino, melón, berenjena, sandía o judía, entre otras.

La casa de semillas aporta nuevas soluciones a las problemáticas que se plantean en el campo



Invernadero de tomate con el indicativo de las variedades con la resistencia alta al virus de rugoso.

EL SABOR DE SER ÚNICO



La gama de pimiento cónico extra dulce **Sweet Palermo®** ha sido galardonada por cuarto año consecutivo como el sabor preferido por los consumidores.

Es dulce, sin apenas semillas, versátil y con alto contenido en vitamina C.
¡Una gran experiencia para los sentidos!

¿Lo has probado ya?
Descubre #TheSweetExperience



Descubre #TheSweetExperience
Descubre **Sweet Palermo®**




Sweet Palermo®
www.sweetpalermo.com

Variedades de calabacín que le ponen freno al virus Nueva Delhi

Dharma F1 y Mandala F1, son dos de las variedades resistentes con las que cuenta el campo.

HM.CLAUSE continúa demostrando su experiencia en el calabacín y consolida su liderazgo y su estrecha relación con los productores, brindándoles soluciones innovadoras y concretas que satisfacen sus necesidades y aumentan significativamente sus rendimientos e ingresos.

En variedades de calabacín, esta compañía ya le ha puesto resistencia al conocido como virus del Nueva Delhi. Dharma F1 y Mandala F1 forman parte de un catálogo de variedades resistentes que se ampliará próximamente.

Gama NO-ND – New Delhi resistance (ToLCNDV)

Dicha gama la forman variedades de calabacín «NO-ND – New Delhi resistance», DHARMA F1 y MANDALA F1. Se trata de variedades adaptadas a la cuenca mediterránea y con una excelente respuesta a las condiciones agronómicas y climáticas de estas zonas de producción. Además de su elevada resistencia al virus de Nueva Delhi, la gama «NO-ND – New Delhi resistance» presenta un excelente rendimiento agronómico: alta productividad y calidad del fruto, buen vigor de la planta facilitando su manejo, adaptada a condiciones de frío y calor, y una excelente conservación postcosecha.

Mandala F1

Mandala F1 fue lanzada el año pasado y ya registró una alta demanda entre los productores almerienses. Esta variedad, la compañía la recomienda exclusivamente para el mes de septiembre y después, para ciclos de primavera, a partir del 10 de diciembre hasta finales del mismo mes.



Esta variedad es un complemento de la gama de calabacines con resistencia a Nueva Delhi que comienza con Dharma F1, recomendada para el mes de agosto, incluso «hasta el 10 de septiembre y que posteriormente, para cultivos de primavera, HM.CLAUSE la recomienda para trasplantes del mes de enero».

Mandala F1 desarrolla una planta de porte abierto con entrenudos cortos y logra alcanzar una elevada producción. Sus frutos son muy oscuros, muy bien formados, con un calibre homogéneo, pierde la flor con facilidad y muestra un cierre pistilar muy pequeño. Asimismo, este calabacín tiene buena conservación.

Futuro

En esta compañía siguen trabajando en sus centros de investigación para ampliar esta gama de calabacines 'NO-ND – New Delhi resistance' a otros ciclos y otros tipos de frutos, y así cubrir todas las necesidades de los productores y de todo el sector.

HM.CLAUSE, líder en el mercado de calabacín en invernadero durante más de quince años en Europa, trabaja día a día para brindar soluciones concretas a sus clientes productores y ayudarlos a prosperar de manera sostenible en sus actividades.



Omar Kaidi y Beatriz Palmero, de HM.CLAUSE

Góngora pasa el testigo a Martín en la Presidencia de HORTYFRUTA

Francisco Góngora deja la presidencia de HORTYFRUTA y Francisco Martín Galdeano asume el puesto en funciones hasta la convocatoria de nuevas elecciones.

La Organización Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía, HORTYFRUTA, celebró su XVI Asamblea General Ordinaria, que se ha convertido en un acto muy emotivo tras anunciar su marcha el que durante 12 años ha sido su máximo representante, Francisco Góngora Cañizares, en representación de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía.

"Tras más de una década al frente de HORTYFRUTA, considero que hay que dejar paso a otros para que con su experiencia y buen hacer den un nuevo impulso para acometer los retos que tenemos pendientes siendo muchos y variados. Para ellos, se precisa de un gran esfuerzo y sacrificio y yo no me encuentro con fuerza para responder a esta responsabilidad", ha explicado Góngora.

El hasta ahora presidente de HORTYFRUTA considera que han sido muchos los



Francisco Góngora junto a Francisco Martín Galdeano y otros miembros de la junta directiva de HORTYFRUTA.

logros alcanzados por la Interprofesional durante su dirección. "Han sido muchos años, muchos encuentros, mucho trabajo por la Interprofesional. De todo ello, creo que, por resumir, me llevo el reconocimiento, tanto interno como externo de una organización como un instrumento muy válido para el sector. Como ejemplo, miren la extensión de norma tantas veces buscada y ya conseguida y el buen instrumento que supone para el sector".

Se abre ahora una nueva etapa llena de expectativas y nuevos retos para la Interprofesional andaluza que seguirá trabajando por el sector hortofrutícola andaluz dando continuidad al gran trabajo realizado hasta la fecha. Según establecen los Estatutos de la Interprofesional, asume la presidencia en funciones el suplente de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, Francisco Martín Galdeano hasta que se convoquen nuevas elecciones.

ACTIVA LA RAÍZ

DEL

Rendimiento

CON

Nutrisorb®

Bioestimulante para la Absorción de Nutrientes

Quikon, un bioestimulante bioinnovador que activa y desata el potencial de los cultivos



Andrés Arévalo Fuentes. Regional Director de Tradecorp España.

Tradecorp acaba de presentar Quikon, su nuevo bioestimulante ecológico que contiene un poder concentrado derivado de un proceso de biosíntesis de la bacteria *Corynebacterium Glutamicum*.

El Ricote Valley Hub en el Valle del Segura (Murcia), acogió el pasado mes de marzo la presentación de Tradecorp de su nuevo bioestimulante ecológico: Quikon. La innovación de Quikon está en su capacidad de desatar todo el potencial productivo y de calidad de los cultivos, y de manera sostenible.

“La efectividad de este producto se debe a su poder concentrado derivado de un proceso de biosíntesis de la bacteria *Corynebacterium glutamicum*”, señalan desde la empresa.

Quikon es un producto único que presenta una eficacia abrumadora, teniendo que aplicar dosis realmente bajas, mejorando los rendimientos y los beneficios totales para el agricultor. Entre los diferentes beneficios que Quikon aporta a los cultivos habría que destacar que mejora el engorde y desarrollo de frutos, aumenta la calidad de la fruta, consiguiendo co-

sechas de mayor calidad. Es muy fácil de usar y su dosis por hectárea es hasta 40 veces inferior a otros bioestimulantes.

Beneficios de Quikon

- Mejora el engorde y desarrollo de frutos
- Aumenta la calidad de la fruta
- Cosechas de mayor calidad, especialmente en cultivos de valor o de exportación
- Mejora la productividad, calibres y maduración
- Mayores rendimientos y beneficios totales
- Fácil de usar
- Reduce el impacto medioambiental gracias a su poder concentrado
- Producto natural, ideal para su uso en agricultura sostenible
- Certificado para uso en Agricultura Ecológica

Para una amplia gama de cultivos

Además, es un producto que se adapta a una amplia gama de cultivos, desatando todo su potencial, reduciendo el impacto medioambiental gracias a su poder concentrado.

- Cítricos
- Hortícolas de fruto y fresa
- Frutales
- Olivar
- Hortícolas de hoja
- Uva de mesa
- Viña
- Aguacate
- Tomate de industrial
- Patata
- Cereales y maíz
- Arroz



Momento de la presentación de Quikon por Tradecorp

La cosecha de espárrago de Granada se reduce un 40%

El sector granadino acumula, según UPA, pérdidas cuantiosas que superarán los 55 millones de euros.

Esa es la triste realidad a la que se enfrentan, este año, los productores de espárrago en la provincia granadina. Un panorama "muy negro" que augura el secretario general de UPA Granada, Nicolás Chica, después de constatar, en campo, la reducción de hasta un 40% en la cosecha con respecto al año pasado. No sólo está muy perjudicada la producción de este año, sino que "el problema es que hay un serio riesgo de que numerosas explotaciones cierren".

El secretario general de UPA Granada pone cifras a esta crítica situación. "El año pasado produjimos en Granada 37 millones de kilos de espárragos y ya supuso un 15% menos con respecto a una

campana normal. Este año, por desgracia, las pérdidas serán mucho más numerosas, porque tendremos un 40% menos de producción. Eso significa que apenas superaremos las 25.000 toneladas de espárragos. Si el agricultor percibe 2,5 euros por kilo, a los que se le tiene que añadir 1,20 euros de coste de transformación, logística y posicionamiento en el mercado, estamos hablando de que las pérdidas económicas pueden superar los 55 millones de euros. Un mazazo monumental para la provincia de Granada", explica Nicolás Chica.

El secretario general de UPA Granada insiste en que "los costes de producción siguen desbocados y aumentando

“Apenas se superarán las 25.000 toneladas de espárrago”

de forma generalizada, especialmente la energía, el gasoil, el transporte y las materias auxiliares, a lo que se le suma el hecho de que, en periodos de baja producción como éste, los costes de recolección aumentan de forma exponencial, porque el agricultor tiene que andar todos los días la finca, haya más o menos espárragos".



Asegurar lo que más te importa te da tranquilidad

Nuevo servicio de seguros e inversiones para socios y trabajadores

#elfuturoquenosune



Por Feli Bórnez Gómez. Técnico de Marketing Estratégico de Regaber

El riego por goteo de ultrabajo caudal: una técnica sostenible para el cultivo de hortalizas

Desde Regaber recomiendan el riego por goteo, una manera sostenible, ideal para el cultivo de hortalizas.

Los cultivos hortícolas pueden obtener beneficios optando por un sistema de riego por goteo con goteros de ultrabajo caudal. El ultrabajo caudal o la aplicación del agua de forma más lenta mantiene el suelo más aireado, evitando la saturación y manteniendo un equilibrio aire/agua más adecuada para el desarrollo de las plantas. Además, con el riego por goteo de ultrabajo caudal, el bulbo húmedo se extiende de manera más horizontal y menos profunda, adaptándose mejor a la profundidad de las raíces de los cultivos hortícolas.

Evitar la saturación de humedad en la superficie del suelo también disminuye la incidencia de las enfermedades provocadas por hongos. Por tanto, el riego por goteo de ultrabajo caudal en cultivos hortícolas puede mejorar la sanidad vegetal y la calidad interviniendo en estos tres aspectos:

- Mejora la relación aire/agua en el suelo, lo que aumentará el oxígeno en el suelo.
- La forma del bulbo húmedo con riego por goteo de ultrabajo caudal es más aplanada y menos profunda, adaptándose mejor al sistema radicular de los cultivos hortícolas.
- Disminuye la incidencia de enfermedades por hongos al disminuir la saturación de humedad en superficie.

Para el riego de los cultivos hortícolas con goteros de ultrabajo caudal podemos elegir la tubería de goteo de pared delgada o cinta de riego Streamline® X de 0,35 l/h.

Con riego por goteo de bajo caudal se obtienen tiradas más largas de los laterales de goteo, además de poder diseñar subunidades de riego más grandes o poder regar



Riego por goteo de ultrabajo caudal.

más superficie simultáneamente a partir de un cabezal de riego existente. Lo que ofrece gran flexibilidad en el cultivo de hortalizas que pueden ir cambiando de parcelas de unos años a otros.

La tubería de goteo Streamline® X de pared delgada, también tiene su opción más sostenible: Streamline® X ReGen. Esta tubería tiene parte de su composición con material reciclado procedente de tuberías recogidas de la campaña anterior. De este modo, contribuimos a la economía circular y a una agricultura más sostenible, evitando la generación de residuos plásticos.

Además, Streamline X Regen ha sido la primera solución de riego por goteo en recibir la certificación Recyclclass, lo que certifica que esta tubería fabricada por Netafim en su planta de Valencia (España), cumple los estándares enfocados a la trazabilidad del contenido reciclado.

“El riego por goteo de ultrabajo caudal en cultivos hortícolas puede mejorar la sanidad vegetal y la calidad”

En resumen, el riego por goteo de ultrabajo caudal es una técnica de riego eficiente y sostenible que aporta beneficios en la sanidad y calidad de los cultivos hortícolas. Además, la utilización de materiales reciclados en la producción de tuberías de goteo contribuye a la economía circular y a una agricultura más sostenible. Es importante seguir explorando y promoviendo la adopción de prácticas agrícolas sostenibles y eficientes como esta para garantizar un futuro sostenible para nuestra agricultura y para el planeta en general.

STREAMLINE X ReGen®

INNOVACIÓN SOSTENIBLE



Semillas Fitó amplía su principal centro de I+D en España

Inmaculada Duarte, Dàmaris Moreno, Jordi Quilis, José Luis Couselo y Elisabet Fitó.

La compañía podrá lanzar variedades comerciales en menos tiempo gracias a las nuevas cámaras climáticas para el cultivo de plantas.

Semillas Fitó apuesta por la innovación con la ampliación de sus instalaciones de I+D en Cabrera de Mar (Barcelona). El centro cuenta ahora para el área de Biología Celular con tres nuevas cámaras climáticas para el crecimiento de plantas donantes, así como con una nueva cámara de germinación y aclimatación que suman en conjunto de 300 m². Además, se han ampliado las instalaciones dedicadas a Fitopatología con un nuevo laboratorio de patología, que cuenta con cuatro nuevas cámaras climáticas para la realización de diversos bioensayos con patógenos vegetales que suman en conjunto unos 150 m² adicionales a las instalaciones de las que ya se disponía en el centro de Cabrera de Mar.

Estos nuevos espacios se suman a las inversiones de más de un millón de euros

que ha hecho la compañía en los últimos dos años en su principal centro de I+D para ampliar las instalaciones e incorporar la última tecnología en las áreas de Genómica, Biología Celular y Fitopatología.

Desarrollo de variedades más rápido, eficiente y sostenible

Esta inversión tecnológica permitirá desarrollar nuevas variedades de una forma más eficiente, permitiendo a Semillas Fitó ser más ágil ofreciendo soluciones a toda la cadena agroalimentaria, reduciendo hasta 4 años el tiempo de desarrollo de nuevas variedades comerciales.

El cultivo en las cámaras climáticas se realiza bajo un preciso control de las condiciones ambientales: temperatura, humedad, CO₂, fotoperíodo, intensidad y composición espectral de la luz (suministradas por la última generación de luminarias de tipo LED), además de garantizar que las plantas

Cuenta para el área de Biología Celular con tres nuevas cámaras climáticas

estén libres de virus y patógenos debido al grado de confinamiento de las nuevas instalaciones. Todo ello permite que las plantas se desarrollen con la máxima eficiencia y que, por lo tanto, se incremente de forma muy significativa la capacidad de producción de plantas dobles haploide (DHs), mediante las cuales se pueden desarrollar los híbridos comerciales.

En las nuevas instalaciones de Fitopatología, sus recién estrenadas cámaras están dotadas de sistemas de control de humedad con el fin de trabajar patógenos bacterianos problemáticos en los cultivos hortícolas dirigidos a mercados de clima subtropical-tropical.

Estas instalaciones han sido construidas con un alto nivel de bioseguridad para poder trabajar con cualquier tipo de patógeno vegetal en condiciones de total confinamiento. Estas características permitirán a la compañía ampliar su trabajo en el desarrollo de variedades resistentes al virus ToBRFV (Tomato Brown Rugose Virus).

Semillas Fitó lleva 7 años trabajando con campos de ensayo en Jordania, país en el que se detectó el virus por primera

Ha ampliado las instalaciones dedicadas a Fitopatología con un nuevo laboratorio de patología

vez y en colaboración con la Jordan University. En los últimos años ha ampliado sus esfuerzos para la lucha contra el rugoso con ensayos en Sicilia, esta vez junto con la Universidad de Palermo.

El centro de I+D de Semillas Fitó en Cabrera de Mar se sitúa así en la vanguardia en innovación, con unas instalaciones punteras en biotecnología (Biología Celular, Fitopatología y Genómica). Un centro único también por la filosofía de trabajo en equipo entre todos los eslabones que conforman el desarrollo y la investigación de nuevas variedades. Actualmente Semillas Fitó invierte el 29% de su facturación en hortícolas a los programas de I+D que se desarrollan en los 9 centros de I+D que tiene la compañía para esta unidad de negocio. Una inversión que también se produce a nivel recursos humanos, ya que el 36% de la plantilla se dedica a la investigación.

Comprometidos con una alimentación más saludable y sostenible

Semillas Fitó lleva más de 140 años especializada en el desarrollo de variedades de siete especies de solanáceas y cucurbitáceas ofreciendo soluciones al sector,

Semillas Fitó invierte el 29% de su facturación en hortícolas a los programas de I+D



José Luis Coucelo. Plant Science and Pathology manager en Semillas Fitó.

a la vez que trabaja para dar respuesta a retos globales, como la seguridad alimentaria (con variedades más productivas, más resistentes, etc.) o la reducción del desperdicio alimentario (variedades uniformes y con mayor poscosecha).

Gracias al desarrollo de equipos de especialistas en cada segmento del mercado, al trabajo diario codo con codo con el sector, y a una flexibilidad total para adaptarse a las necesidades del mercado, Semillas Fitó ha conseguido generar valor

en toda la cadena agroalimentaria a partir de las semillas, desde que se plantan hasta que llegan al consumidor.

La compañía lleva más de 140 años especializada en el desarrollo de variedades de siete especies de solanáceas y cucurbitáceas



Agrobio

‘Contra pulgón elije la mejor estrategia’

Adelántate al pulgón con una estrategia preventiva: parasitoides, depredadores y control conservativo.

Soluciones biológicas | agrobio.es



La mejora vegetal es esencial para alimentar en 2050 a más de 9.000 millones de personas

La campaña lanzada por Anove "SOMOS VIDA" resume nuestro ADN; nos dedicamos a alimentar al mundo de una manera sostenible, saludable y segura. Somos proveedores de vida, porque hacemos posible la producción de alimentos. Estamos totalmente convencidos, de que es el momento de reconocer y apoyar a un sector altamente tecnificado, y también altamente regulado. Un sector que busca soluciones para hacer frente al cambio climático investigando y desarrollando variedades resistentes a los cambios de temperaturas y a las nuevas enfermedades y plagas, o variedades que necesiten menos agua, algo fundamental para un país como España.

Pretendemos poner en valor la labor que se realiza en España, en más de 60 centros de investigación, donde cada día trabajan 3.000 personas con semillas y plantas buscando soluciones innovadoras a los problemas que nos plantean desde los diferentes eslabones de la cadena alimentaria. Tenemos el reto de producir un 40% más de alimentos con la mitad de agua y superficie y la mejora vegetal, por sí misma, tiene la capacidad de contribuir a ello en más de un 60%.

Tenemos muchos ejemplos de productos que cada día llegan a las mesas de los consumidores, como frutas y hortalizas sin pepitas, de diferentes tamaños, disponibles todo el año; variedades que se cultivan con menos agua y superficie, resistentes a las nuevas enfermedades, que necesitan menos productos químicos. Frutas y hortalizas más sabrosas, variadas, de precio asequible y seguras, trigos para celíacos, cereales con más conteni-

do en fibra, fibras naturales y aceites más saludables.

Este trabajo constituye una inversión en España de cerca de 200 millones de euros al año en recursos humanos y herramientas para la mejora y desarrollo de variedades vegetales que respondan a las necesidades de agricultores, supermercados y consumidores. Variedades que sean eficientes en el uso del agua y resistentes a enfermedades, que se adapten a las cambiantes condiciones climáticas y



Elena Saenz García-Baquero.

Directora de Asociación Nacional de Obtentores Vegetales (ANOVE)

Es el momento de integrar todas las herramientas disponibles para avanzar más rápido

que permitan un crecimiento sostenible de toda la cadena de valor.

En 2050 seremos más de 9.000 millones de personas, que se tienen que vestir y alimentar de una forma saludable, y nosotros estamos dispuestos a hacerlo posible, pero para ello tenemos grandes retos que superar y necesitamos tener disponibles todas las técnicas existentes de mejora, para reducir los actuales plazos de desarrollo de una variedad en torno a 10 años y los costes de más de 1,5 millones de euros. Tenemos que dar respuestas rápidas y con un coste inferior, para poder seguir invirtiendo en innovación vegetal. Este año es clave para la mejora vegetal por el desarrollo regulatorio que ya se está debatiendo a nivel europeo. Queremos explicar y concienciar a la sociedad de por qué es necesaria nuestra actividad y los beneficios que aporta. Si el reto al que nos enfrentamos como sociedad ya es de por sí complicado, sin la mejora es imposible. Sin investigación e innovación Europa limita su futuro.

www.anove.es

Revyona®

Igual, pero diferente



El triazol con mayor
espectro de acción



Una nueva generación
de fungicidas a
base de triazoles

Eficaz
independientemente
de las condiciones
meteorológicas



Mayor calidad y
rendimiento
comercial



Escaneame para
más información

¡Llega para quedarse!

La diferencia es Revyona®

 **BASF**

We create chemistry

Cartón Circular, el SCRAP de los fabricantes para los envasadores industriales



De izquierda a derecha: José Ramón Benito, presidente de ASPACK; Leopoldo Santorromán, presidente de AFCO; Pilar Arrayás, directora de Cartón circular; Eduardo Querol, presidente de ASPAPEL; y Manuel Fernández, presidente de REPACAR.

Cartón Circular asegura el cumplimiento de la normativa nacional y europea para toda la cadena de valor del envase industrial de cartón.

La cadena de valor del envase industrial de papel y cartón, representada por AFCO, ASPACK, ASPAPEL y REPACAR, acaba de presentar Cartón Circular, el SCRAP (Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor) dedicado a velar por la correcta gestión y el reciclado de los envases de cartón en la industria.

Un proyecto con el que el sector papelero dará cumplimiento a la normativa nacional y europea para todos los agentes de la cadena de valor del envase y con el que realiza una apuesta por la sostenibilidad y por asegurar el reciclado del papel y cartón.

Así Cartón Circular mantendrá el sistema actual de la recogida y reciclado del papel y cartón y fomentará la sostenibilidad de los envases industriales de este material, al igual que la competencia entre todos los agentes de la cadena.

La filosofía de Cartón Circular es buscar que los envasadores puedan cumplir con sus obligaciones legales a través de la delegación en su proveedor de envases industriales de papel y cartón.

La Responsabilidad Ampliada del Productor, clave del nuevo paradigma normativo

El lanzamiento de Cartón Circular se enmarca en el nuevo marco legal vigente para los envasadores. Para Arancha Bengoechea, socia de Andersen, "hay un paradigma normativo en el que el concepto clave es la Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP). Bajo la cual, la responsabilidad de gestionar y financiar los residuos de envases comerciales e industriales ha pasado, con la aprobación del Real Decreto 1055/2022, de 27 de diciembre, de Envases y Residuos de Envases, de los poseedores finales de los residuos a los a los productores de producto; es decir, a los envasadores responsables de la puesta en el mercado español de los productos envasados".

Para Pilar Arrayás, directora de Cartón Circular, "se trata de un modelo en el que los fabricantes de envases delegan en sus proveedores de envases de cartón las

Cartón Circular aspira a reciclar todos los residuos de papel y cartón que se generan en las industrias de nuestro país

obligaciones, para que sean ellos los que den cumplimiento a la normativa respaldados por los gestores, recuperadores y fábricas papeleras". Por otro lado, Arrayás, también defendió, durante la presentación de Cartón Circular, la sostenibilidad del envase de cartón, siendo uno de los materiales con más alta tasa de reciclado y de recogida en Europa.

Una solución a la medida del sector

Cartón Circular aspira a reciclar todos los residuos de papel y cartón que se generan en las industrias de nuestro país con el respaldo y compromiso de toda la cadena de valor del papel. Una solución sencilla, a la medida de la nueva legislación, que viene a demostrar el compromiso de la industria con la sostenibilidad y el reciclado de los materiales.

La sequía, un problema más para los productores de frutas y hortalizas



Plantones de hortalizas.

La sequía es uno de los grandes asuntos que preocupan al sector dedicado a la producción de frutas y hortalizas. Es generalizada en el territorio nacional, asfixiando, como valora COAG, al 60% del campo español.

La falta de precipitaciones en el territorio nacional ha hecho saltar las alarmas. La disponibilidad de un bien escaso como el agua para seguir manteniendo a flote la producción está dando grandes 'dolores de cabeza'. La vista se sitúa en el cielo y la mente en dirimir estrategias que afecten lo menos posible al nivel de producción hortofrutícola. La sequía es generalizada en el territorio nacional, asfixiando, como valora COAG, al 60% del campo español.

En un informe realizado por COAG, a partir de informaciones recibidas por parte de la Comisión Permanente de Adversidades Climáticas (COPAC), se detalla la situación actual por comunidades autónomas y cultivos. En el mismo, en el caso de Andalucía, señala que, en concreto, en la zona del Bajo Guadalquivir y Cádiz, van a dejar de sembrarse el tomate de industria y otros horti-

colas como zanahoria, brócolis, coliflores. De manera generalizada en todo el territorio andaluz, los árboles necesitan ya riego para poder tener producción en la próxima campaña y están peligrando cultivos de invierno como remolacha, ajos y cebollas, que se perderán si no llueve en las próximas semanas. Además, en cuanto a terrenos de regadío al no estar produciéndose precipitaciones se prevén restricciones en un 80%.

En Cataluña, valora COAG, "la situación es muy preocupante, encontrándose los embalses con unas reservas totales al 26%, muy por debajo de lo que había hace un año". En cuanto a las comunidades de regantes se están estableciendo limitaciones, calculándose una dotación por cultivo, con el agravante que puede ser insuficiente en ciertos casos para poder obtener los rendimientos normales.

Otra de las referentes zonas hortofrutícolas, como en la Comunitat Valenciana, en los cultivos de regadío los problemas derivan del alto coste que está suponiendo el agua para riego y en el caso de los acuíferos la alta salinidad de estos y la imposibilidad o alta limitación de poder usar estos para el riego en muchas ocasiones, sobre todo dándose este problema en la zona de Alicante.

COAG señala que el 60% del campo español se encuentra asfixiado por la sequía

También la Región de Murcia, comunidad sobre la que COAG señala una "situación extremadamente grave" y en donde se teme, incluso, "por el propio árbol en las zonas de menor altitud". Según esta organización agraria, a la gravedad descrita, "se debe de sumar que de seguir así la situación se trasladará a las reservas hidráulicas produciéndose recortes de agua".

FERAL

Federación de Regantes de Almería

EL AGUA ES VIDA ¡CUIDALA!



Federación de Regantes de Almería @federacionregantesalmeria



mesadelaguadealmeria@gmail.com



MESA DEL AGUA DE ALMERIA @MesaAguaAL
FERAL @FedRegantesAL



Por Bárbara Aguayo Martínez.

Periodista Agroalimentaria | @BarbaraAguayoM3

Melón y sandía, una campaña con volúmenes muy por debajo de años anteriores



El melón y la sandía inician una campaña totalmente atípica. La subida de los costes y la falta de lluvia en toda España son los factores principales a los que se enfrentan estos cultivos primaverales.

Desde el 2018 la campaña de melón y sandía en España no refleja datos favorables. Los resultados en esta primavera ponen una vez más de manifiesto los problemas a los que se enfrentan estos cultivos.

Según los últimos datos aportados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), la superficie cultivada en España cayó un 13,4% en el caso de la sandía y un 16,5% en el del melón, y la producción un 27,4% y un 23,6%, respectivamente.

A pesar de que el melón es predominante en la superficie cultivada en la Región de Murcia, el mayor rendimiento por hectárea de la sandía hace que ambos lleven una producción muy paralela en toneladas.

La Región de Murcia se encuentra a la cabeza de las exportaciones nacionales de melón, alcanzando la mitad del total de toneladas enviadas al extranjero y cerca del 47% del importe de las ventas según datos de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia.

El valor de las ventas al exterior en 2022 superó los 143,2 millones de euros y las 169.000 toneladas y la producción se extendió a 4.600 hectáreas.

En Castilla-La Mancha, el resultado no fue diferente al logrado en Almería o

Murcia, pero sí los motivos. La superficie cayó hasta situarse en apenas 5.000 hectáreas de melón y 2.800 de sandía, según la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha.

Almería, zona productora de melón y sandía

Según los últimos datos de la Delegación Territorial de Agricultura en Almería, la superficie estimada para melón y sandía en la campaña actual 2022-2023 será inferior a la alcanzada en la pasada campaña.

En melón se espera que alcance una superficie de 2.309 hectáreas, frente a las 2.431 hectáreas de la campaña 2021-2022, una reducción entorno al 5%. Con respecto a sandía, también hay una previsión de una bajada de un 10% en compa-

Subida de costes de producción, mala climatología y disminución de la plantación son algunas de las causas por las que el sector no pasa su mejor momento

ración con la pasada campaña, llegando a 10.020 hectáreas, 1.380 hectáreas menos que en 2021-2022 donde se cultivaron 11.400 hectáreas.

Las producciones alcanzadas en la campaña pasada 2021/22 para sandía fue de más de 587.313 toneladas y en melón de 94.776 toneladas.

Las previsiones para esta campaña son difíciles de analizar ya que influyen muchos factores, sobre todo a la hora del cuajado de frutos donde los climáticos son fundamentales, y la gran ausencia de agua que estamos viviendo en estos últimos meses. Desde ASAJA- Almería afirman que es una campaña con gran "incertidumbre" es uno de los calificativos que, a su juicio, mejor podrían atribuirse a este ejercicio dada la estimación de una reducción de cosecha que podría rondar entre el 15 y el 20%.

Desde la propia Delegación Territorial de Agricultura en Almería se estiman que las producciones de sandía podrían estar sobre las 568.000 toneladas y las de melón sobre 102.000 toneladas.

Exportaciones

Los datos acumulados de sandía en 2022 (enero-julio) también arrojaron importantes descensos en los volúmenes exportados por España durante la campaña de comercialización. Para sandía, se exportaron 376.895 toneladas, 15,27% menos que en la campaña 2020-2021, por valor de 268 millones de euros, un 23,73% más que la pasada campaña según datos de FEPEX. Alemania, Francia y Polonia son los principales destinos extranjeros a los que España exporta sandía.

Sin embargo, en el caso del melón, pese a la moderada caída respecto a 2021, logró aumentar un 12% más frente a la media alcanzando un total de 196,4 millones de euros en la pasada campaña 2022. En cuanto a los principales destinos en el exterior figuran países como Alemania, Francia y Países Bajos.

La Región de Murcia se encuentra a la cabeza de las exportaciones nacionales de melón

Costes de producción y precios

Teniendo en cuenta el elevado encarecimiento de todos los inputs, el precio de coste de producción del melón y sandía en Castilla La Mancha ha aumentado en un 30%, de media. Si el año pasado el kilo de melón se situaba entre los 0,26 y 0,28 € y el kilo de sandía entre los 0,18 y los 0,20 €, este año producir un kilo de melón pasará a costar entre 0,36 y 0,40 € y el kilo de sandía entre 0,20 y 0,25 €, según estimaciones de la Interprofesio-



Melón piel de sapo.

El coste de producción ha aumentado un 30% de media

nal del Melón y Sandía de Castilla y La Mancha.

A nivel nacional los precios registrados en sandía se sitúan en niveles de entorno a 2,5 veces superiores a los registrados en campañas previas en ambas posiciones comerciales. En el análisis por regiones productoras las cotizaciones registradas están siendo especialmente destacadas a la salida de central de acondicionamiento en Castilla-La Mancha, singularmente en el mercado de Toledo.

Los niveles de precios en melón tanto en origen como a la salida de central duplican los valores registrados en 2021 y son aproximadamente un 50% superiores a los registrados durante el promedio 2017-2021. En la posición comercial a la salida de central/OP los mercados que han registrado un mejor comportamiento se han localizado mayoritariamente en la zona productora de Almería.

ILLUMINATION presents **MINIONS**

BONNYSA
Desde 1956

DESAYUNO Y MERIENDA SALUDABLE CON SELLO

SABOR DEL AÑO 2023
Producto probado por consumidoras

TOMATE RALLADO FRESCO
100% natural

bonnyca.es
@bonnycacontigo

bonnyca.es/minions

BASF completa su línea Magenta con Magverik F1

Adaptada a cultivos al aire libre e invernadero de Almería, a producciones en convencional y bio, además de dirigirse al mercado en fresco y IV gama.

Magestium F1, Magiar F1 y ahora Magverik F1. Es la novedad de BASF en melón cantaloup y con la que completa su línea Magenta, de carnes de este color, con un tono aún más intenso.

Magverik F1 destaca por tener una planta rústica, muy potente, adaptada a suelos cansados, cada vez más comunes. Gracias a ello, cuenta con una gran capacidad de cuaje de frutos muy homogéneos, ofreciendo un gran rendimiento comercial. “Con Magverik F1 seguimos completando nuestra línea Magenta con una variedad que, además, cuenta con resistencias a oídio (3.5) y pulgón”, detalla Enrique Ballester, Account Manager de melón de BASF. Con respecto a sus frutos, tienen un escriturado muy atractivo y denso, que le confiere una gran capacidad



Frutos de Magverik en un invernadero de la Provincia de Almería

pre y postcosecha. Pero su mayor singularidad está en su interior: “Tiene el clásico color de nuestra línea Magenta y, además, un gran sabor”.

Con la introducción de Magverik F1, BASF no solo refuerza su liderazgo en el mercado de cantaloup completando su línea Magenta y aportando más resistencias, sino que, además, ha abierto la puerta al ecológico en este cultivo. En este sentido, Mercedes Fernández, Sales Specialist de BASF, afirma que, “gracias a sus resistencias a oídio y pulgón, damos la posibilidad a las empresas de producir cantaloup

también en ecológico”, algo prácticamente impensable hasta el momento. Además, Magverik F1 ha demostrado un buen comportamiento no solo al aire libre, sino también en invernadero en Almería, donde está posicionándose como la gran alternativa para el ciclo medio. Tanto es así que “las principales comercializadoras están apostando por él”, apunta Fernández.

Recomendado para trasplantes a partir del 1 de febrero, Magverik F1 alcanza muy buenos rendimientos bajo plástico, donde vuelve a demostrar su gran capacidad de cuaje de frutos comerciales.

Bengala F1 y Kalanda F1, un tándem perfecto

Gracias a su gran capacidad de cuaje en condiciones de bajas temperaturas y días cortos, precocidad y ausencia de ahuecado, Bengala F1 se ha convertido en la variedad de sandía líder en el ciclo temprano y extratemprano de Almería, posición que mantiene durante más de una década. Bengala F1 hace el tándem perfecto que forma con Kalanda F1, el polinizador con microsemillas de BASF.

Bengala F1 está recomendada para trasplantes de diciembre al 20 de febrero. Destaca por su gran capacidad de cuaje en condiciones de bajas temperaturas, días cortos, e incluso, nublados y lluviosos. “Con estas circunstancias climatológicas

tan adversas, funciona perfectamente”, afirma Mercedes Fernández, Sales Specialist de sandía de BASF, quien llama la atención sobre la ausencia de abortos de la variedad y, por tanto, su elevado rendimiento productivo.

Kalanda F1 es, por su parte, el polinizador con microsemillas de BASF para el segmento temprano de invernadero. Tiene el mismo aspecto externo que Premium F1, pero es de mayor tamaño, entre 3 y 4 kilos. Con esta variedad, “ofrecemos al mercado el calibre necesario en este ciclo con un polinizador que, además, no tiene problemas de ahuecado y que, combinado con Bengala F1, mejora su rendimiento comercial.



Mercedes Fernández, Sales Specialist de sandía de BASF muestra Bengala f1 y Kalanda F1

Las sandías Bouquet estrenan proyecto para recuperar zonas de cultivo

Anecoop arranca su campaña de sandías Bouquet anunciando un importante proyecto de recuperación de zonas de cultivo.

Con las primeras sandías de producción almeriense, Anecoop da el pistoletazo de salida a la campaña comercial y promocional de uno de sus productos estrella, la sandía sin pepitas.

La campaña #sanDías Bouquet toma partido por los agricultores y apela a los valores de la cooperativa que se proyectan en su marca Bouquet, siendo su principal eje estratégico la defensa del medio rural y de las personas que viven y trabajan en él al apostar por un programa de producción 100% nacional con presencia en Andalucía, Región de Murcia, Comunidad Valenciana y Castilla La Mancha.

Como ha señalado el director comercial de Anecoop, Miguel Abril, "el objetivo es volver a la cuota de exportación media de hace dos años, del 15%, y superar el volumen que hicimos en 2021. La confianza viene del aumento de rendimiento de la superficie previsto para este año, sumado a la estrategia de recuperación de cultivo llevada a cabo en la provincia de Valencia, que nos ha permitido duplicar la superficie con respecto al año anterior, una prueba comercial que estamos realizando en la zona de Sevilla y un plan específico acometido en Murcia para alargar la campaña hasta mediados de septiembre. Ello, sumado a la buena disposición de los clien-



Sandías Bouquet de Anecoop, Raciones de Vida para el Campo.

tes a la hora de programar la campaña gracias a la previsión de un verano caluroso, nos permite ser optimistas y recuperar la ilusión de que sea una buena campaña".

Anecoop prevé recuperar el volumen de campañas previas, alcanzando las 150.000 toneladas

Tras el recorte productivo del año pasado por la mala climatología, Anecoop prevé recuperar el volumen de campañas previas, alcanzando las 150.000 toneladas.

Alejandro Monzón, presidente de Anecoop, ha apuntado "queremos se-

guir siendo un referente en producción y comercialización de sandía sin pepitas, apelando al consumidor responsable que elige marcas con compromiso social, que además de aportar calidad garantizan la responsabilidad medioambiental, toman partido por el agricultor y apuestan por un producto de temporada 100% nacional".

Por su parte, el director general de Anecoop, Joan Mir, ha añadido "el reto para nosotros, que fuimos pioneros en el reposicionamiento de una fruta convencional, es seguir manteniendo nuestro liderazgo. Para ello, y una vez realizada la planificación comercial de la campaña, hemos de centrar nuestros esfuerzos en llegar al consumidor de la manera más atractiva posible, poniendo en valor los atributos de sabor, diversión y salud del producto además de su temporalidad".

BASF
We create chemistry

nunhems

BENGALA^{FI}
Imbatible en temprano

Por **Miriam Pérez Mena**. Periodista especializada en política agroalimentaria | @mperezmen

Fruits Ràfols, 30 años de éxito y productos de calidad

Fruits Ràfols ha hecho una apuesta clara por sus marcas propias: Fragaria, Mantiana, Paso Lagarto y Helenia, asegurando productos de alta calidad para los consumidores.

La empresa familiar Fruits Ràfols se fundó hace 30 años, y ha evolucionado y crecido de forma muy positiva, hasta ser uno de los mayoristas más importantes de Mercabarna con 6 puestos y un almacén, con más de 2.000 metros cuadrados, que les sirve de soporte. "Pertener a Mercabarna es fundamental para nuestro equipo, nos da la pauta día a día para saber cómo está el mercado y lo que el cliente necesita", comenta Eduard Rafòls, fundador y gerente de Fruits Ràfols, en sus oficinas.

La empresa ha puesto a la venta diferentes marcas propias desde hace unos años. "Contamos con Paso Lagarto para aguacates, Helenia para kiwis, Mantiana para manzanas y Fragaria para fresa", explica Helena Ràfols, responsable de Recursos Humanos de la empresa. Además, comercializan marcas de alta calidad como son Bollo o Caparrós. "Intentamos que tengan continuidad todo el año, aunque, con el kiwi aún no es posible", explica y "su evolución y desarrollo están siendo muy positivos porque intentamos ajustar al máximo, la relación de calidad y precio". Aunque la mayor venta se realiza dentro Cataluña, también exportan a países como Polonia e Italia.

La empresa es muy activa en el campo de la promoción y la comunicación, tanto a través de sus redes sociales, como con la asistencia a las ferias. Ha participado en Fruit Attraction por cuarto año consecutivo, como expositora, y, ha estado presente en Fruit Logística como visitante.

Pandemia, precios y falta de agua

Como la mayoría de empresas agroalimentarias, se están viendo afectadas por la subida de los costes y la sequía. "El aumento del coste de la luz, los abonos o los



Helena Ràfols. Responsable de Recursos Humanos.

plásticos nos afecta directamente y llevamos un par de años tirando de márgenes para paliarlos, sin dejar de ser competitivos". A la vez, el cambio climático, con esa falta de agua, "hace que haya productores que estén valorando qué fincas salvar y cuáles abandonar".

A pesar de estas circunstancias, no pierden la confianza en el sector. "Es muy profesional y como ya se demostró en pandemia, vamos a ser capaces de que no

“Vamos a ser capaces de que no falte producto”

falte producto, pero el precio lo van a marcar los costes”.

La pandemia cambió los hábitos de la gente, "pero ya se ha vuelto a niveles de consumo de antes de la Covid".



Marcas propias de Fruits Ràfols.

Por **Miriam Pérez Mena**. Periodista especializada en política agroalimentaria | @mperezmen

Grupo Lorenzo Carrasco, 50 años de éxito y calidad

Visitamos las instalaciones de Lorenzo Carrasco en Mercabarna para conocer sus previsiones, trayectoria, productos y servicios.

El pasado mes de marzo la organización 5 Al Día, reconoció al empresario hortofrutícola Lorenzo Carrasco (padre), debido a su exitosa trayectoria durante más de 50 años dentro del sector. Por este y otros motivos, entrevistamos a Lorenzo Carrasco (hijo), Director comercial del Grupo Lorenzo Carrasco y analizamos sus orígenes, trayectoria y previsiones de futuro, en sus oficinas de Mercabarna.

“Somos una empresa familiar que a base de esfuerzo y constancia hemos conseguido lo que somos hoy”, explica Carrasco. La empresa se fundó en 1974, y actualmente tiene presencia en Mercabarna con 8 puestos (4 en la nave F, 4 en la nave C) y 2 almacenes, además de Mercamadrid con 3 puestos en la nave C, un almacén y, además, una finca de más de 255 hectáreas en Arcos de la Frontera donde “producimos brócoli y coliflor a nivel nacional y para exportación”.

“Somos comercializadores de fruta y verdura, nacional e importación, exportamos a Europa, África, Asia y Oriente Medio, trabajamos IV y V fama, somos productores, envasadores de pre-packing...”, todo un abanico completo de servicios para todas las fases de la cadena. “En los años 90, además, iniciamos la venta a supermercados y actualmente estamos en todos los supermercados a nivel nacional, especializándonos en ciertas familias y con un clara actitud de servicio”.



Lorenzo Carrasco junto a su familia en la ceremonia de los Premios '5 Al Día' a su trayectoria.

Comercializan un gran número de marcas, pero cuentan con una propia como es La Breña, “tanto para envasados como para hortalizas como calabacines, pepinos, berenjenas... y nuestra previsión es que siga creciendo”.

Valoración de la campaña pasada y previsiones

Como para la mayoría de las empresas, la campaña pasada “fue complicada”. Los costes fueron elevados, se vendió menos cantidad, pero “lo compensamos con el precio”. Las previsiones para este año no dejan de ser preocupantes, “el arranque del trimestre ha sido horrible, la producción ha disminuido y esto va a hacer que haya menos oferta y el precio se dispare de forma elevada”.

“Somos una empresa familiar que a base de esfuerzo y constancia hemos conseguido lo que somos hoy”

En el mes de marzo, “los precios se han moderado, pero el consumo no se ha recuperado”. A pesar de este escenario complicado, “nuestra previsión es mejorar los números, buscando nuevos destinos y formas de mejorar para seguir avanzando, que es la filosofía de trabajo que nos caracteriza”.



Lorenzo Carrasco Rodríguez. Director Comercial de Lorenzo Carrasco.

Por Marga López Polo. Periodista Agroalimentaria | @MargaLopez77

“La calidad, estabilidad y cercanía son los principales valores de España para TESCO”



David de Callejón en una visita a campo de melón.

TESCO es una de las grandes cadenas de distribución agroalimentarias de Reino Unido, un mercado que sigue teniendo un gran peso para nuestro sector exportador. Entrevistamos a David de Callejón, director de Suministros de España y Marruecos de TESCO, para hablar del papel que juega España como proveedor hortofrutícola.

¿Qué importancia tiene el sector hortofrutícola español para TESCO, en cuanto a volumen de compras, de qué zonas, principales productos?

La hortofruticultura de España sigue siendo clave para nuestro suministro. España es nuestro principal proveedor, después de la producción propia de UK, y lo es por su calidad y su estabilidad, además de su cercanía, que resulta fundamental para suministrar un producto fresco. Probablemente el arco mediterráneo sea la zona de suministro más importante, y en cuanto a productos, destacaría: lechuga, melón, brassicas y hortalizas, como las más importantes.

En esta campaña, las mermas en producción en origen por la climatología están complicando el suministro en general. ¿Cómo se está desarrollando el ejercicio, habéis tenido escasez o más dificultades en algunos productos?

Efectivamente, ha resultado una campaña difícil, una de las peores que recuerdo. No solo por la climatología, sino también porque ha habido serios problemas de virus (tomate) y plagas (pimiento), además de un comienzo tardío de la producción del norte de Europa por el coste de la energía. Es decir, la tormenta perfecta. Pero dentro de la dificultad, se ha hecho

un gran esfuerzo por mantener una buena oferta a nuestros clientes y el resultado ha sido positivo.

El sector productor español está trabajando para lograr una agricultura más sostenible. ¿Cuáles son los principales requisitos de los proveedores de TESCO en este sentido?

TESCO está totalmente involucrado en la sostenibilidad de nuestro suministro. Como requisitos de producción destacaría GlobalGap con el módulo Tesco Nurture, Sedex-Smeta y la certificación Leaf.

Hemos tenido una campaña muy complicada, pero se ha hecho un gran esfuerzo por mantener una buena oferta a nuestros clientes



Presentación de pimiento español para TESCO.

Además, se trabaja con nuestros agricultores desde hace años en la reducción de plásticos y de las emisiones de CO2.

El incremento de los costes de producción es otra de las cuestiones que más preocupan a los productores, ya que

La lechuga, el melón, las brassicas y las hortalizas, los principales productos españoles para TESCO

es difícil trasladar esos incrementos al consumidor. ¿Cómo está gestionando TESCO estas cuestiones?

Es un asunto complejo, creo que se impone el sentido común y analizar uno por uno los incrementos de costes y tratar de mitigarlos en la medida de lo posible, donde existan alternativas para hacerlo.

Sobre la percepción del producto español en Reino Unido, ¿qué es lo que más se valora, cómo se percibe el sector productor y qué áreas cree que se deberían trabajar más en origen para ganar más confianza?

Se valora mucho la profesionalidad del sector, la experiencia, la regularidad en el suministro y su calidad. Confiamos plenamente en el sector y la producción española, por ello, esperamos podemos tener campañas más tranquilas y satisfactorias para ambas partes.

Como aspectos a mejorar, quizás adaptarnos más a los cambios del consumo, producir más pensando en el cliente final. Se echa de menos una planificación en origen basada en estudios de mercado de destino.



VICENTIN

**La evolución
de la excelencia**

Peris

es calidad

www.vicenteperis.com

Por **Marga López Polo**. Periodista agroalimentaria | @Margalopez77

La patata en España, un juego de exportación e importación

España cerró el año 2022 con un aumento de las exportaciones e importaciones de patata, en lo que parece un juego de idas y venidas de un producto, cuyo sector empieza a pensar en una nueva reorganización de las fechas de siembra.

El sector de la patata es seña de identidad de nuestra producción hortofrutícola. Sin embargo, a nivel productivo y comercial, sigue siendo un cultivo con muchos altibajos, con una revalorización por parte del consumidor que, si bien ha crecido en los últimos años, no termina de situarse en niveles de otros productos, a pesar de ser esencial en nuestra tradición gastronómica.

Desde el punto de vista productivo, en 2022 la superficie de patata en España sufrió un repunte frente al ejercicio anterior (63.752 Has, 469 Has más que en 2021), pero sin llegar a salir de la tendencia a la baja de las últimas campañas y sin recuperar la barrera de las 70.000 hectáreas superadas en 2017.

Por zonas, destacan los incrementos en superficie de Galicia y Murcia, mientras que Andalucía y Castilla y León, principales regiones productoras descendieron.

En 2022, las importaciones de patata han batido récord, con más de 1.056.714 Tn que han llegado a nuestro país

A pesar de este ligero incremento, la producción ha caído fuertemente, casi un 7% (1.942.778 Tn), lo que supone un mínimo histórico al situarse por primera vez por debajo de los 2 millones de toneladas anuales. En este sentido, hay que destacar que



Patatas recién cosechadas.

esos menores rendimientos se debieron a la adversa climatología del levante español en primavera y elevadas temperaturas en el centro y norte durante el verano.

Una superficie con tendencia a la baja, y una producción en la misma línea, que contrastan con el incremento de las exportaciones e importaciones, como recoge el último informe del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Exportaciones, al alza

Si miramos las exportaciones, en 2022 estas superaron las 366.396 Tn (datos FEPEX), frente a las 334.673 Tn de 2021, es decir, un 9,48 % más.

El alza en estas exportaciones de deben fundamentalmente al buen comportamiento de nuestros envíos tanto a Francia como a Portugal. Por el contrario, destinos

extracomunitarios tradicionales como Reino Unido, Suiza o Noruega retroceden, mientras que Alemania se mantiene.

Importaciones baten récord

España, gran productor y gran exportación, pero es también un gran importador de patata. Y en este 2022 hemos batido récord. Según recoge FEPEX, de las 878.123 Tn que importamos en 2021 hemos pasado al 1.056.714 Tn en 2022, es decir, un 20,3 % más. Los proveedores de estos envíos son Francia, Israel y Portugal, mientras que desciende Países Bajos.

Estos elevados volúmenes de importaciones hacen temer al sector altos stockajes y, por lo tanto, difícil convivencia en los lineales entre esa patata de conservación y la patata nueva que está a punto de llegar al mercado.

2023, nueva campaña

La campaña de 2023 no está exenta de dificultades. Las primeras patatas extra tempranas del sur de España llegarán este año a los mercados con un importante retraso (partir de la segunda quincena de mayo), debido principalmente, como nos apunta Marco Román, presidente de la sectorial de patata de Asociafruit, a las heladas de enero, que han retrasado el desarrollo del cultivo, incluso en algunos casos obligaron a sembrar. “Y de nuevo podemos confirmar una menor superficie de patata extra temprana y temprana, que podría rondar hasta el 15% de reducción. Los costes de producción cada vez más elevados nos están ahogando, y la elevada especialización de este sector no permite como en otras hortalizas el traspaso hacia otros cultivos, por lo tanto, son tierras que se abandonan, máxima cuando tampoco hay relevo generacional”, señala Marco Román.

Pero no todo son datos negativos. El presidente de la sectorial nos apunta una reubicación de los cultivos de patata en el año agrícola, ya que son muchos los agricultores que están trasladando la fecha



En el sur ya hay más de 2.000 hectáreas de cultivo para sembrar en agosto/septiembre y recoger a partir de diciembre

Campo sembrado de patatas.

de siembra a los meses de agosto y septiembre, para una recolección desde diciembre a febrero. “En esta campaña tendremos, aproximadamente, unas 2.000 hectáreas en el sur de España bajo este nuevo marco de siembra, y no descartamos en los próximos ejercicios alcanzar las 5.000 hectáreas”.

Y es que cada vez son más los consumidores y las grandes cadenas de distribución que buscan esa primera patata, la

patata nueva, la de temporada. Un producto de máxima calidad, que España tiene capacidad de ofrecer todo el año, gracias a la distribución de las zonas de producción.

Con esa capacidad, el reto según Román está en recuperar presencia en los mercados europeos, y tener capacidad el propio sector de desarrolla semillas de calidad adaptadas a esta región productora.

Eva Lafraya, nueva presidenta de la DOP Peras de Rincón de Soto

Tras la Junta General celebrada ayer el pasado 4 de abril en la sede del Consejo Regulador de la DOP Peras de Rincón de Soto, este organismo cuenta con nueva presidenta. Se trata de Eva Lafraya, que llega al cargo para sustituir a Eduardo Pérez Malo, que se jubila tras 15 años en el cargo.

Eduardo Pérez Malo, que acaba de cumplir 65 años, deja un Consejo Regulador organizado, fuerte y con unas directrices claras. Y es que, su dedicación en la DOP ha sido fundamental para que la denominación se haya consolidado en el mercado de la fruta como un referente de calidad.

Eva Lafraya se dedica a la agricultura desde 2005, es de Autol y está afincada en Rincón de Soto. Es socia de la DOP y siempre se ha mostrado muy activa en asociaciones y organismos del entorno. De hecho, el año pasado, recibió de AFAMMER (Confederación de Federaciones y Asociaciones de Familias y Mujeres del Medio Rural) un premio por su labor em-



Eva Lafraya. nueva presidenta de la DOP Peras de Rincón de Soto.

prendedora y su papel en el desarrollo del mundo rural.

En este sentido, cabe señalar que Lafraya va a ser la primera mujer al frente del Consejo Regulador, lo que supone para ella un reto que afronta con ilusión, con el deseo de continuar el trabajo hecho hasta ahora y con ganas de empujar más si cabe

la labor que se hace en la entidad. Lafraya llega a su cargo decidida a “trabajar por todos y a seguir luchando para que la DOP Peras de Rincón de Soto continúe siendo un referente a nivel nacional”.

Eva Lafraya será presidenta de la DOP hasta 2024, año en el que se celebrarán elecciones.

Kelpak® y Cytoplant®400 aumentan la producción y calidad en patata

Con el objetivo de evaluar la distribución de calibres y la producción en dos variedades de patata, Daymsa ha realizado un estudio mediante el uso de dos bioestimulantes: Kelpak® y Cytoplant®400.

Daymsa ha realizado este estudio en Arabayona de Mógica en la provincia Salamanca y en concreto sobre las variedades de patata Jelly y Agria.

El estudio experimental se llevó a cabo en parcelas contiguas del mismo tamaño cuya tesis de control fue: T1 (Control): Tratamientos habituales del agricultor y T2 con bioestimulantes: Tratamientos habituales del agricultor con Kelpak® y Cytoplant®400.

Las réplicas constaron de 4 muestras por tratamiento y variedad, con una superficie de 1.5 x 3m

cuya aplicación fue foliar con dos pasadas con pulverizador de 18m ancho realizadas por el agricultor de la finca.

Modo de acción de tratamientos

Kelpak® es un concentrado natural de Ecklonia maxima, con alta actividad Auxínica además de otras fitohormonas y micronutrientes. Las Auxinas son las encargadas de promover el desarrollo radicular en las primeras fases del cultivo mejorando la toma de nutrientes por parte del cultivo vía radicular y potenciando el desarrollo de los frutos para obtener cosechas con calibres superiores.

Tratamientos y modos de aplicación

BCCH	15 5ª hoja desplegada	40 Formación de tubérculo	Engrosamiento del tubérculo	51 Primeras Inflorescencias
Aplicación	1	2	3	
Tratamiento	Kelpak 2L/ha	Cytoplant-400 1l / ha	Cytoplant-400 1l / ha	
Fecha	30-05	24-06	8-07	

Cytoplant®400 es un activador de procesos fisiológicos de los cultivos, de origen vegetal, obtenido a través de un proceso de producción exclusivo de forma que mantiene todos sus componentes activos. Es el producto en el mercado con mayor concentración de citoquininas naturales.

Cytoplant®400 tiene una actividad citoquinina equivalente de 400 ppm. Su aplicación estimula la división celular en los órganos en desarrollo, moviliza los nutrientes y reduce la dominancia apical

Tratamientos y modos de aplicación

- 1- BBCH 15: 5ª hoja del tallo principal desplegada. Crecimiento de la parte aérea y sistema radicular.
- 2- BBCH 40: Comienzo de la formación de los tubérculos, las puntas del primer estolón hinchadas dos veces el tamaño del resto del estolón
- 3- 21 Días después de primera aplicación de Cytoplant-400. Engrosamiento de los tubérculos.

Las Auxinas son las encargadas de promover el desarrollo radicular

Resultados probados

Gracias a la aplicación en los momentos clave del crecimiento de la planta de los productos Kelpak® y Cytoplant®400 en las parcelas tratadas, aumentaron los calibres de las patatas y por consiguiente una mejora de la cosecha reflejando una alta producción total de patatas en kg/ha.

En la variedad agria se observó un incremento de la producción total (kg/ha) del 18% en el tratamiento con Kelpak® y Cytoplant®400 respecto al control en este ensayo. Además, el peso medio de tubérculos se vio incrementado de 214g a 306g.

En la variedad de patata Jelly, se observó un incremento de la producción total (kg/ha) del 25% en el tratamiento con ambos productos y un aumento de la proporción de tubérculos con mayor calibre (Cal>70) y peso medio de 231g a 258g.





Innovación



Sostenibilidad



Personas

En estas 3 décadas hemos aprendido a ser más **sostenibles**, a crear productos más **innovadores** y a entender lo importante que es avanzar al lado de las **personas** que creen en este proyecto cooperativo tanto como nosotros. Por eso, nuestra meta es seguir caminando junto a ti.

Descubre todos los proyectos en los que estamos trabajando a través de nuestra web y redes sociales.

30
urte
años
udapa
www.udapa.com



UDAPA: 30 años impulsando la producción de patata

La cooperativa Udapa nació con el objetivo de recuperar y profesionalizar el cultivo de la patata en el territorio alavés, y hoy, tres décadas después, sigue fiel a su compromiso inicial e intenta replicar su forma de trabajar a lo largo de todo el país.

Udapa nació en el año 1993 con la intención de innovar, mejorar y profesionalizar los procesos de producción, manejo y comercialización de las patatas. La presencia de agricultores y agricultoras en el proyecto les permite controlar de primera mano todo el ciclo productivo de este producto, alcanzando así los más ambiciosos estándares de calidad, especialización y diversificación del producto.

La cooperativa vela por el interés de las personas que forman parte de la misma, generando empleo digno y de calidad, y contribuyendo al desarrollo económico y social del entorno. En este sentido, Udapa tiene una relación contractual con agricultores y agricultoras socias y colaboradoras que les permite aumentar las certidumbres de cada campaña garantizando en todo momento la viabilidad de sus negocios. Además, dichos contratos tienen unas variables que se negocian año a año, permitiéndoles así paliar el incesante incremento de los costes de producción.

Viendo que esta forma de trabajar disminuye la incertidumbre y garantiza la subsistencia de los y las productoras de

Udapa se ha aliado con la cooperativa Garlan para crear GUpat, para extender su modelo de gestión a otras provincias

patata, Udapa se ha aliado con la cooperativa Garlan para crear GUpat, una nueva empresa que tiene como objetivo seguir profesionalizando el sector patatero en otras provincias del país, acompañando técnicamente a los y las agricultoras desde el momento de la siembra hasta la hora de la cosecha. Por lo tanto, el objetivo principal de este nuevo proyecto es crear una relación basada en la confianza mutua, para que todas las partes salgan ganando.

Innovación

Sabedores de que la tecnología y la innovación son fundamentales para maxi-



Alfonso Saénz, socio gerente de Udapa, acompañado de técnicos.

mizar la eficiencia y la prosperidad del campo, Udapa trabaja activamente desarrollando varios proyectos de I+D. Muestra de ello es la colaboración que desde el 2018 realiza con el Centro Tecnológico NEIKER creando nuevas variedades que se adapten mejor a los campos de cultivo, a los cambios meteorológicos, y a las demandas de los y las consumidoras.

Udapa seguirá ayudando al sector a hacer frente a los desafíos que se le presentan

A su vez, la cooperativa alavesa también está llevando a cabo varios proyectos de agricultura de precisión, en los que entre otras cosas, se pretende predecir la producción de patata en diferentes fincas de cultivo, digitalizar el abonado y mejorar la gestión del agua de riego, o buscar alternativas a productos fitosanitarios y fertilizantes convencionales mediante la utilización de bioestimulantes y biofertilizantes.

Inmersa en la celebración de su 30 aniversario, Udapa seguirá ayudando al sector a hacer frente a los desafíos que se le presentan, para que nuestros agricultores y agricultoras puedan obtener mejores cosechas y sigan velando por el cuidado del medioambiente, por la producción de nuestros alimentos y por el desarrollo del entorno.

#1

PRESTOP®

Líder en Control Biológico
de enfermedades.

Máxima persistencia.



COMERCIAL QUÍMICA MASSÓ, S.A.

Viladomat 321, 5 - 08029 Barcelona - Tel. 93 495 25 00 - Fax 93 495 25 02 - masso@cqmasso.com - www.massogro.com

Por **Miriam Pérez Mena.**

Periodista especializada en política agroalimentaria | @mperezmen

España aumenta un 26,6% su superficie ecológica en un lustro

El sector ecológico sigue su curso y a nivel mundial, los países aumentan su producción y su consumo. A través del informe de Ecovalia, se conocen los números que ayudarán al productor español a saber de primera mano la situación.

El contexto actual, en el que cada vez es más importante el cuidado del medio ambiente y los consumidores son cada vez más conscientes de ello, ha provocado que las políticas públicas centren sus esfuerzos en la producción ecológica y el sector agrario bio, sea una de las citas clave en sus agendas. Por este motivo, es necesario por parte de los productores y las empresas, el contexto mundial, nacional y local de este sector, sus previsiones y de qué manera tienen que ir orientadas las producciones, para dar respuesta a las demandas del consumidor. Estos son los números:

“La superficie ecológica mundial ha crecido un 1,97% con respecto a 2021”, es la cifra que se recoge en el informe anual de “Producción y consumo ecológico en España” desarrollado por Ecovalia y presentado el pasado mes de abril. Según este documento, en 2021, se dedicaron a la producción ecológica 76.411.883 Ha en el mundo. España se encuentra en la 7ª posición en el ranking de mayor producción, con un total de 2,33 millones de hectáreas, el segundo mejor posicionado de la Unión Europea, solo por detrás de Francia.



Mujeres preparando comida sana.

El país ha experimentado en los últimos 5 años un crecimiento del 26,6% de la superficie, siendo Andalucía, la comunidad líder con más de 1 de un millón trescientas mil hectáreas, seguida de lejos por Castilla-La Mancha y Cataluña.

Cítricos, plataneras y subtropicales, los que más crecen

Dentro del amplio catálogo de productos que se producen en el sector hortofrutícola español, hay varios que destacan por su importante crecimiento en el último año.

En concreto, los cítricos ecológicos han aumentado un 21%, lo que suponen casi 24.000 Has y las plataneras y los subtropicales hasta un 23%, casi 8.534 Has. Siguiendo en esta línea, las hortalizas ya superan las 26.500 hectáreas y el resto de los frutales las 9.300 Has. Un crecimiento exponencial, que deja entrever el interés del sector productor por cultivar este tipo de alimentos.

Los exportadores, los operadores que más crecen

El principal operador que más ha crecido dentro del sector han sido los exportadores,

Andalucía es la comunidad autónoma líder en producción ecológica con más de 1'3 millones de hectáreas

tadores, aumentando la actividad un 41%. En el caso de los productores primarios, que siguen siendo los principales protagonistas del sector ecológico, representando un 85,09% del total de actividad total, se han sumado casi un 20% de nuevas manos. En el caso de la importación, cae la actividad un 8%.

¿Qué países reinan en el consumo y gasto en ecológico?

A niveles generales, según Ecovalia, el mercado de este tipo de producto ha aumentado un 3,5% y las previsiones apuntan a que seguirá haciéndolo, a pesar de los vaivenes de los últimos años. Líder



Naranjas ecológicas.

“Suiza es el país que más gasto per cápita hace con 425€/año y España queda fuera de los 10 primeros puestos con 60€/año”

habitual en las listas, Estados Unidos se lleva el pódium respecto a facturación y los datos económicos de España son de 2.532 millones de euros.

Y una vez más, Suiza es el país que más gasto per cápita hace con 425 €/año y España queda fuera de los 10 primeros puestos con 60 €/año. Desde el sector español se ve con lejanía el reto planteado de conseguir llegar al 10% de consumo de ecológico anual, que va a depender de diferentes variables sociales, políticas, pero sobre todo económicas.

En la cesta de la compra española, las frutas y hortalizas bio representan un 14% y un 10%, respectivamente y la opción favorita de compra de los consumidores es a través de la Distribución Organizada, siendo es una mujer, de entre 45 y 60 años, el perfil del más recurrente.



Productor ecológico cultivando.

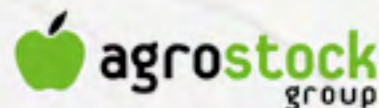
Desde el sector español se ve con lejanía el reto planteado de conseguir llegar al 10% de consumo de ecológico anual



Por comunidades, ya hemos mencionado las cifras de Andalucía, líder absoluta de producción en ecológico, con casi la mitad de la producción nacional. Pero debido a la trayectoria ascendente y el crecimiento en este sentido, cabe destacar dos comunidades que están haciendo sus deberes para alcanzar los objetivos 2030, mencionados al principio como son Murcia y Valencia.

Murcia, paso a paso

Según datos del CAERM, el balance de producción ecológica de Murcia ha



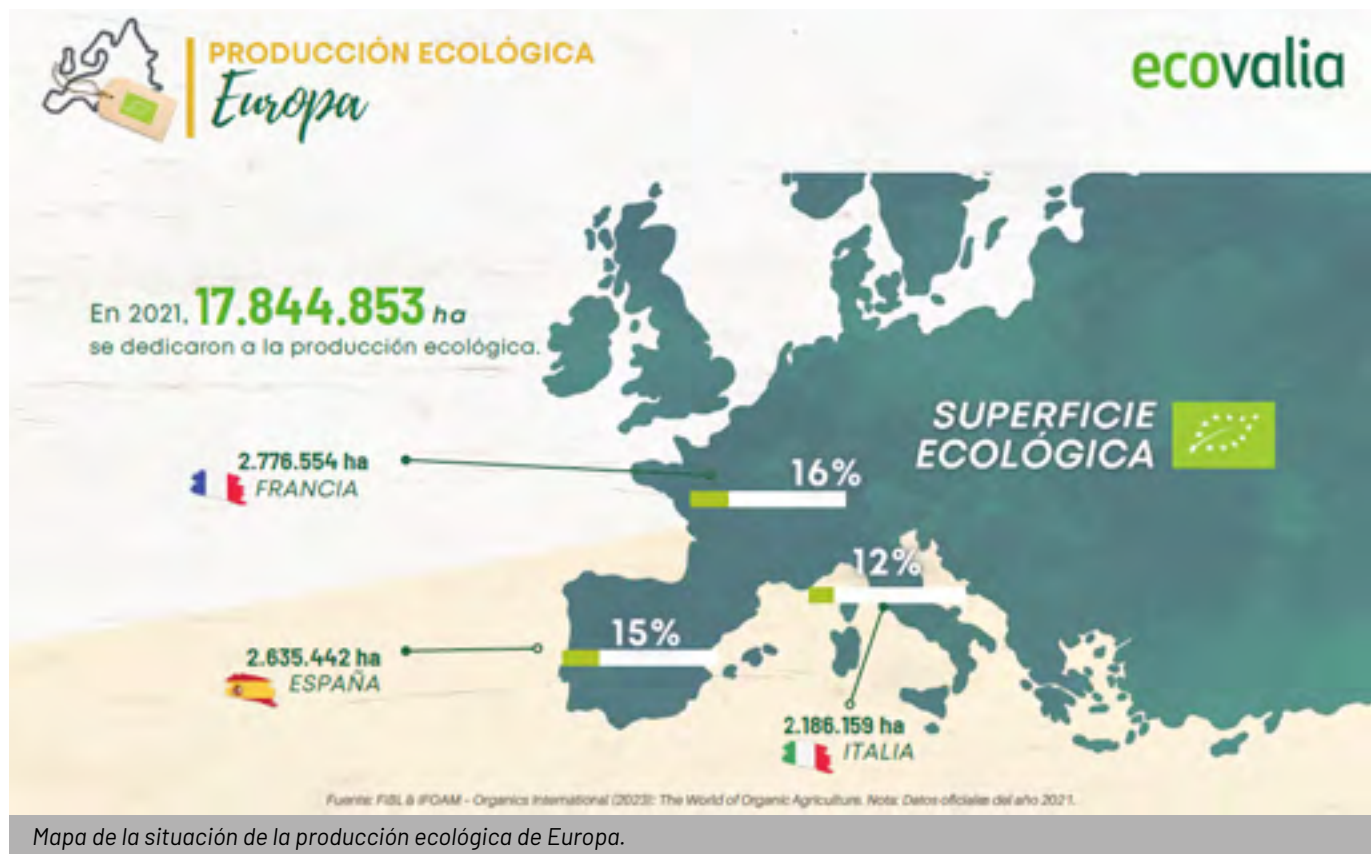
+40

Productos certificados para agricultura ecológica.

- Norma **UNE 142500 / 315500** por CAAE
- **NOP** (National organic program) para **EEUU** por CAAE

AGROSTOCK S.A.
Pol. Ind. Fraga Este, s/n - 22520 - Fraga (Huesca)
ESPAÑA - Tel. +34 974 47 00 88

www.agrostockgroup.com | [f](#) [t](#) [@](#) [v](#) [in](#)



alcanzado las 117.893 hectáreas y prácticamente todos sus grupos de cultivos han experimentado un ascenso, entre los que destacan los cítricos, con un crecimiento de casi el 20%. Las hortalizas ecológicas por su parte están a punto de alcanzar las 5.000 hectáreas certificadas.

Valencia, más de la mitad a exportación

El CAECV ha certificado un total de 241.399 toneladas dentro de la Comunidad Valenciana y una superficie de producción de 153.779 hectáreas. Respecto a las ventas, sigue la tendencia general de exportación y la Unión Europea, es el destino al que viajan el 51% de los productos ecológicos que producen.

Concienciados y comprometidos con la promoción del aumento de consumo por parte del CAECV, está realizando diferentes actividades como talleres escolares o campaña de promoción del ecológico a nivel local y acuden a las diferentes ferias del sector a nivel nacional.

A los organismos e instituciones que trabajan para que el sector ecológico en España siga creciendo y llegue a alcanzar niveles deseados, se suman una gran lista de empresas que como veremos a continuación, están haciendo los deberes necesarios para que así sea.



Plátanos ecológicos.



Apto para uso en agricultura
Ecológica y Biodinámica

Knowledge grows

La gama **YaraVita™**
ya es apta para
agricultura
ecológica



YaraVita™ BORLIV

Aporta boro, esencial para un
polen de calidad.

YaraVita™ CALLIV

Reduce las deficiencias de calcio de
tus frutales.

Mejora el rendimiento de tu cultivo
ahora también en ecológico.

Más información:



Herogra Especiales desarrolla Herophos-K, un fósforo ecológico único en el mercado

Herogra Especiales lanza un innovador producto en base a fósforo, calcio y potasio de origen 100 % natural apto para su uso en agricultura ecológica.

Hasta el momento, el uso del fósforo como nutriente en la agricultura ecológica presentaba una gran complejidad, existiendo muy pocos productos en el mercado capaces de ofrecer una solución óptima y eficaz.

Por ello, Herogra Especiales, en su reto de promover la agricultura sostenible y, tras años de múltiples investigaciones, ha desarrollado Herophos-K, una formulación líquida en suspensión de alta concentración en fósforo de origen 100% natural.



El fósforo es un nutriente esencial para el cultivo del que no se puede prescindir, ya que participa en múltiples procesos bioquímicos del metabolismo vegetal y juega un papel fundamental en las etapas de enraizamiento y floración.

Su contenido en potasio de rápida asimilación y calcio, convierte a Herophos-K en el aliado perfecto para aumentar la rentabilidad de tu cultivo ecológico.

www.herograespeciales.com

Próximos eventos para el sector ecológico



Pasada edición de Organic Food Iberia

El sector ecológico mantiene un elevado ritmo en cuanto a eventos de cara a los próximos meses, que detallamos a continuación

Organic Food Iberia: Junio

La cuarta edición de Organic Food & Eco Living Iberia calienta motores con el

propósito de consolidarse como la cita profesional de referencia para el sector ecológico a nivel internacional. El evento tendrá lugar los días 7 y 8 de junio en IFEMA MADRID, y contará con una alta participación, tanto de visitantes como de expositores. A tan solo diez semanas de la feria, sólo quedan 8 stands disponibles.

Congreso Ecológico Europeo: Septiembre

Ecovalia ha anunciado que será la encargada de organizar en 2023 el Congreso Ecológico Europeo en España, que se celebrará del 26 al 28 de septiembre en Córdoba coincidiendo con la presidencia española de la Unión Europea durante el segundo semestre de este año.

BioCultura Madrid: Noviembre

La feria de productos ecológicos y consumo responsable más importante del estado español vuelve a Madrid del 2 al 5 de noviembre, en IFEMA, esperando la participación de 400 expositores y 50.000 visitantes. Paralelamente a la exposición se celebrarán más de 300 actividades.

Más de 18.000 referencias de productos de alimentación ecológica forman el mayor sector de la feria, acompañado de otros sectores como son productos para la higiene y la cosmética con ingredientes certificados. Moda sostenible; eco-materiales, muebles y decoración para la vivienda; energías renovables; bienestar; ahorro y reciclaje; ecología; medio ambiente; turismo rural y casas de reposo; juguetes; artesanías; música; libros y revistas,...

Por **Miriam Pérez Mena**. Periodista especializada en política agroalimentaria | @mperezmen

Fernández tiene la clave del éxito en ecológico

Fernández aumenta un 20% la facturación y un 30% el volumen de comercialización de productos ecológicos.

Hace 10 años que en Fernández se iniciaron con la comercialización de algunas referencias de producto ecológico pero desde hace 4 años, la empresa apostó por hacer crecer exponencialmente esta gama y tras la contratación de Joan Espona, su responsable del Departamento Bio, ya está obteniendo resultados de éxito. Cuenta con un catálogo de 100 referencias bio y diferentes certificaciones como IFS Food, CCPAE, Rainforest Alliance o Global G.A.P, por lo que sus consumidores pueden estar seguros de la calidad.

“Vender bajo el nombre Fernández, nos da una credibilidad de más de 40 años en el sector, en el convencional se ha hecho muy buen trabajo y utilizamos esa sólida estructura para comercializar con éxito y garantías el producto ecológico”, comenta Espona. Además, “nos hemos adaptado a la venta a consumidor ecológico a través de herramientas 3.0”. Hoy en día, Fernández ofrece productos bio los 365 días del año.



Joan Espona, en campo de fruta de hueso bio.

Cuenta con dos marcas propias: Cuiqui Bio, para el mercado nacional y Orsero Bio, para el europeo. Respecto al destino de sus productos, está bastante repartido: 50% a comercialización nacional, 25% a distribución nacional y 25% a exportación.

Como objetivo para 2023, en un clima de inflación y crisis económica, la apuesta es realista y optan por un asentamiento de las líneas de trabajo del futuro. “Tenemos un convencimiento claro por parte de la empresa de seguir apostando por el ecológico”.

“Vender bajo el nombre Fernández, nos da una credibilidad de más de 40 años en el sector”



Puesto de la empresa en Mercabarna



Fernández
Global Fruit Group

+100 referencias en producto BIO

Pedidos a:
pedidosbio@grupofernandez.es



Campojoyma, visión, compromiso e innovación en la agricultura bio



Francisco Jesús Montoya, en la sede de Campojoyma 2

Francisco Jesús Montoya Sánchez fue pionero en España en 2004 con la sostenibilidad dentro del sector agrícola.

Francisco Jesús Montoya Sánchez fue pionero en 2004 con la creación de Campojoyma, una empresa de agricultura 100% ecológica y comprometida con la sostenibilidad ESG (Ambiental, Social y de Buena Gobernanza). Su trabajo bien hecho a lo largo de estos 19 años le han convertido en el líder en la producción de hortalizas ecológicas en España.

En esta línea, Campojoyma cuenta con más de 30 referencias en frutas y hortalizas bio repartidos entre Almería, Murcia y Granada, y produce los 365 días del año, bajo las pautas de un modelo de agricultura ecológica tradicional, respetuoso con el medio ambiente y que contribuye al equilibrio natural de nuestro entorno. "El resultado de nuestro trabajo son productos sostenibles de máxima calidad y seguridad alimentaria, y disponibles los doce meses del año, lo que genera la confianza de nuestros clientes en toda Europa", explica el gerente.

Tres ejes estratégicos

El 'know-how' de Campojoyma se basa en tres ejes estratégicos: primero, no centrarse en un segmento y ampliar la oferta a hortalizas (tomate, pimiento,

berenjena, calabacín y pepino), bráscicas (entre ellas la col china, donde es líder mundial en bio), frutas (melón y sandía) y cítricos (limón, pomelo y kunquat). Cada temporada amplía las referencias y en las últimas campañas ha sumado brócoli, calabaza y alcachofa bio.

Segundo, cultivar los 365 días del año. Para ello, distribuye cada cultivo en diferentes zonas de Almería, Murcia y Granada, para aprovechar al máximo las condiciones climatológicas y poder dar descanso a la tierra, lo que le ha permitido disponer de producto todo el año, especialmente cuando existe menos oferta en el mercado.

Es la empresa líder en España en producción de hortalizas bio

El tercer aspecto del éxito de Campojoyma es del que más orgulloso se siente Francisco Montoya: el compromiso con la sostenibilidad. Y ahí destaca el alto porcentaje de cultivos que cuentan con el certificado Demeter de agricultura biodi-

námica y las medidas para convertir sus fincas en auténticos ecosistemas donde convive flora y fauna.

Líder bio en España

Hoy en día Campojoyma es la empresa líder en producción de hortalizas ecológicas en España, gracias a la visión, compromiso e innovación de un empresario con talento, Francisco Jesús Montoya, que trabaja día a día, rodeado de un equipo joven y motivado, para que la sostenibilidad sea el centro de las decisiones en el sector agrícola.

El compromiso social también forma parte del ADN de Campojoyma. Y este se desarrolla, entre otras acciones, con el cultivo en los municipios de Abla y Abruena, en la falda norte de Sierra Nevada, donde en primavera y verano produce tomates y pimientos bio, en sus diferentes especialidades, y en otoño e invierno, col china ecológica.

Estas fincas bio contribuyen de forma decidida a la lucha contra la despoblación en el interior de la provincia. Además, ya han aprobado el segundo Plan de Igualdad de la empresa. Este compromiso social se reforzará con la próxima creación de la Fundación Francisco Jesús Montoya Sánchez.

www.campojoyma.com

Trainer, el bioestimulante definitivo

En el mundo de la agricultura, los bioestimulantes se han convertido en una herramienta esencial para el éxito de los cultivos.

Trainer, de Hello Nature, destaca en el mercado por su formulación única gracias a la tecnología PSP, obtenida por hidrólisis enzimática de proteínas vegetales. Actúa directamente en las paredes celulares de la planta, beneficiando así todos sus procesos metabólicos.

Gracias a ello, Trainer garantiza un crecimiento natural y seguro de la planta, facilita la absorción de los nutrientes y aumenta la resistencia de las plantas a situaciones de estrés ambiental, lo que resulta especialmente importante en el contexto del cambio climático que estamos viviendo, es respetuoso con el medio ambiente, está permitido en agricultura ecológica, y además, es compatible con la mayoría de productos fitosanitarios y no deja residuos ni en el suelo ni en la producción.

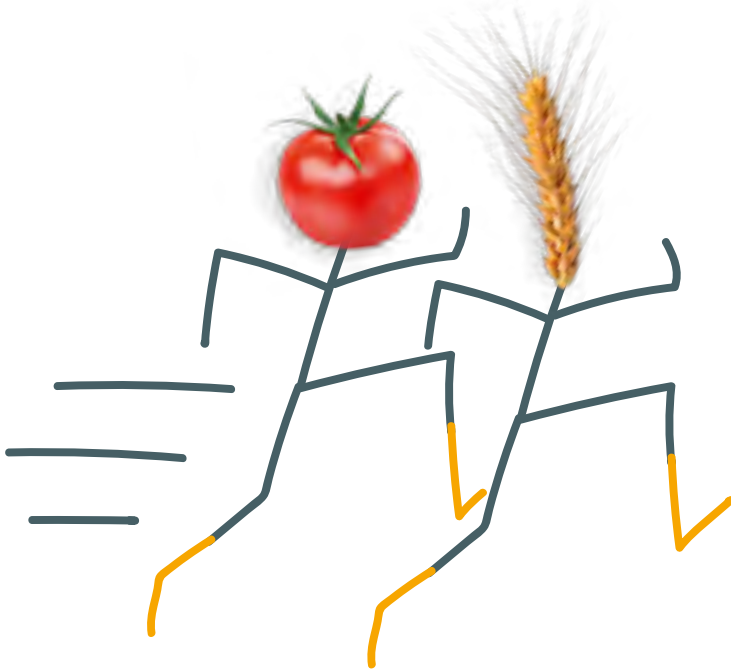
En conclusión, Trainer es una herramienta fundamental para los agricultores que buscan obtener el máximo rendimiento de sus cultivos de forma natural y sostenible.

“Es una herramienta fundamental para los agricultores que buscan obtener el máximo rendimiento”



www.hello-nature.com/es/

EL PERSONAL **TRAINER** DE LAS PLANTAS



TRAINER



ANTIESTRÉS



RENDIMIENTO Y CALIDAD



EFICIENCIA NUTRICIONAL



EFICAZ. EFICIENTE. GENUÍNAMENTE VEGETAL. TRAINER es un innovador bioestimulante líquido para aplicación foliar, que actúa energícamente sobre el desarrollo de las plantas y las ayuda a superar rápidamente situaciones de **estrés climático** gracias a la presencia combinada de nitrógeno orgánico y péptidos de origen 100% vegetal. TRAINER está potenciado por LISIVEG®, nuestro exclusivo sistema de producción basado en la **hidrólisis enzimática de proteínas vegetales** que permite obtener polipéptidos con un efecto **bioestimulante más prominente, aseguro y natural**.

Síguenos   

www.hello-nature.com



Hello NATURE

Por Miguel Ángel Gómez. Gerente de AFRUEX

La fruta de hueso, embajadora de la profesionalidad agrícola de Extremadura

La fruticultura en Extremadura es un sector que ha ido creciendo en volumen y profesionalidad con los años hasta llegar al momento en el que nos encontramos, con grandes empresas conocidas tanto a nivel nacional como internacional por su calidad y profesionalidad.

A nivel regional no debemos olvidar el dato económico que indica que la fruta de hueso es la segunda en valor de exportación, estando presente en más de 40 países de cuatro continentes, siendo éste el mejor de los escaparates para dar a conocer nuestra región.

Otro aspecto muy importante que caracteriza a este sector en nuestra región es el empleo agrario que genera. Teniendo en cuenta que Extremadura es una región agrícola y ganadera, hay que valorar el gran esfuerzo e inversión que estas empresas dedicadas al cultivo de la fruta hacen día a día para mantenerse competitivas dentro de un mercado globalizado.

En líneas generales estamos hablando de mano de obra no especializada con lo que podemos hacernos una idea de la repercusión económica tan importante que el sector tiene para las poblaciones rurales extremeñas, lo que a su vez contribuye a la fijación de la población sin olvidar los beneficios que esto conlleva.

Si bien no hay que olvidar que cultivos como son los frutales requiere de labores durante todo el año, tales como podas,

tratamientos, aclareos, por lo que a las contrataciones en campaña hay que añadir que aproximadamente un tercio de los contratos durante la campaña se mantienen durante todo el año para estas labores a las que nos referimos.

A parte de empleos directos, hay que valorar los empleos indirectos que se generan y mantienen en cierta medida gracias a la fruticultura como son las distintas empresas proveedoras de abonos, fitosanitarios, material para las distintas labores, combustibles, certificaciones, laboratorios, viveros, etc. Sin la existencia de este sector se reducirían considerablemente el número de las mismas.

De cara a un futuro no muy lejano, este sector con gran esfuerzo, como se ha dicho anteriormente, se emplea a fondo para estar a la vanguardia en cuanto a

"Se invierte en eficiencia energética, hídrica, reducción del uso de productos químicos, etc"



Miguel Ángel Gómez. Gerente de Afruex

conocimiento y puesta en marcha de la última tecnología, para así satisfacer la demanda de los mercados, priorizando en todo momento la calidad y salubridad del producto.

El fruticultor es conocedor de los retos y dificultades, cada vez mayores, a los que se enfrenta y se tendrá que enfrentar en un mercado globalizado donde la competencia es cada vez mayor y donde hay que luchar por ofrecer la mayor calidad controlando en todo momento los costes de producción.

Estamos hablando de un sector muy concienciado con la salud del medio ambiente ya que de sus recursos dependen para subsistir, por ello es que se están realizando inversiones en eficiencia energética, ahorro de agua, reducción del uso de productos químicos, etc.

A nivel sectorial hay que valorar el reciente reconocimiento de Afruex como Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (AOPFH) y la creación hace unos años de la marca de garantía CIEX, en la que se está trabajando para convertirla en una IGP.



La fórmula del crecimiento

Producto utilizable en
Agricultura Ecológica



www.daymsa.com



Por Joaquín Gómez Carrasco. Presidente ejecutivo APOEXPA

La mejora varietal trae nuevas esperanzas para la fruta de hueso de Murcia

La campaña de fruta de hueso en la Región de Murcia arrancó con normalidad, a finales de abril, con un ligero retraso, de una semana respecto al año pasado. El buen tiempo y los días que ha habido con noches frescas, pronostican un aumento en el color y grados brix que apuntan a una gran calidad de las distintas variedades que aquí cultivamos.

Las heladas no han incidido en la cosecha extra temprana de forma significativa, por lo que los volúmenes de melocotón, paraguayo, nectarina y platerina se acercan a una cosecha normal. Sin embargo, el albaricoque sí sufrirá una merma importante considerando una reducción que podría ser del 50%. Las causas de esta reducción aún no están claras, desde el punto de vista agronómico.

El incremento de los costes, nuestra gran preocupación

Existe gran preocupación en el sector por el aumento constante en los costos de producción y la necesidad de trasladarlos a lo largo de toda la cadena alimentaria con el fin de que el agricultor - productor pueda conseguir su beneficio y cubrir esos costes.

"Somos optimistas en el desarrollo de la campaña de exportación"

Si miramos las previsiones de exportación, la normalización de los problemas logísticos en este año 2023 y el previsible buen tiempo que se prevé en Europa, hace



"Es importante resaltar la continua mejora genética de la platerina"

que se mantenga el optimismo respecto al desarrollo de esta misma. Así, prevemos que los volúmenes de exportación se sitúen en las 87.000 Tn en nectarina, 89.000 Tn en paraguayo, 69.000 en melocotón y 39.000 n en albaricoque.

Nuevas especies y variedades

Empiezan a ser llamativas en la Región de Murcia, las primeras producciones de cereza que prevén en los próximos años un desarrollo. Es importante resaltar la continua mejora genética de la platerina, que crea importantes expectativas en el desarrollo de este producto de gran aprecio por parte del consumidor europeo.

En los últimos años se ha producido un importante esfuerzo en materia genética para conseguir variedades más gustosas y acordes con el gusto del consumidor, sobre todo en el periodo extra temprano de la campaña, lo que produce una gran esperanza en los productores de poder conseguir un incremento o consolidar las producciones actuales.



Joaquín Gómez Carrasco. Presidente ejecutivo APOEXPA.

Más del 90% de los expositores de la pasada edición estarán en Fruit Attraction 2023

A cinco meses para su arranque, Fruit Attraction 2023 cuenta con la confirmación de participación de más del 90% de los expositores de la pasada edición. En su 15º Aniversario, que se celebrará del 3 al 5 de octubre en Madrid, la organización prevé superar sus datos y registrar la mayor y más completa de todas sus ediciones con 1.800 empresas y 90.000 profesionales de 135 países.



Ambiente en una de las jornadas de la edición de 2022 de Fruit Attraction.

Organizada por IFEMA MADRID y FEPEX, y bajo el lema "¡Creciendo juntos!", ocupará ocho pabellones del recinto ferial madrileño -3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10- en torno a seis áreas de exposición. La de mayor representación volverá a ser Fresh Produce, con toda la variedad de productos hortofrutícolas, a la que se suma Industria Auxiliar, que reúne a toda la cadena de valor del sector, y Fresh Food Logistics, el espacio al servicio de la logística, transporte y gestión de la cadena de frío para alimentos.

Además, Fruit Attraction vuelve a apostar por las soluciones de transforma-

ción a través de la innovación, de la sostenibilidad y de la digitalización con Smart Agro, área especializada en productos innovadores que apliquen TIC al sector hortofrutícola, y Biotech Attraction, espacio especializado para Investigación y desarrollo tecnológico en genómica vegetal. De nuevo refuerza Ecorganic Market, el espacio exclusivo para la comercialización y exportación de productos orgánicos sigue cogiendo fuerza. Además, destaca la lechuga como producto estrella.

La feria continuará implementando iniciativas orientadas a favorecer las ven-

tas, la promoción, el desarrollo y el crecimiento de las empresas expositoras. En este sentido, al potente Programa de Compradores Internacionales vuelve a sumarse la iniciativa Países importadores invitados, con Brasil, Canadá y Estados Unidos como protagonistas.

Una vez más, The Innovation Hub y Fruit Next serán las áreas dedicadas a la innovación y novedades empresariales en la industria. También volverá a convertirse en centro de conocimiento en los Foros con un completo programa de jornadas técnicas.

Tractores estrechos de Kubota, más potentes, confortables y seguros



Nueva Serie M5002 Narrow: M5-072N, M5-082N, M5-092N, M5-102N y M5-112N (Arco y Cabina)

Conoce la gama más completa en **DEMOAGRO**
Te esperamos* en las parcelas R1, R2 y V3 del 23 al 25 de Mayo en Rueda (Valladolid)



Albaricoque español, un 52% por encima de la campaña anterior

La previsión europea de albaricoque cae un 7% respecto a 2022 y también un 7% respecto a la media de las pasadas campañas.

Según las previsiones de cosecha europeas de albaricoque 2023 presentadas en el marco de la feria de MEDFEL en Francia, España se recupera de los daños ocasionados por las heladas de la pasada campaña y crece un 52% respecto al año pasado con unas 99.000 toneladas previstas, pero se queda un 16% por debajo de su potencial productivo que oscila entre las 130.000 y las 150.000 toneladas.

Europa ha registrado algunas heladas en Grecia y en el norte de Italia y se ha visto afectada por la falta de horas frío durante el invierno lo que ha ocasionado un descenso global del 7% de la previsión de cosecha de albaricoques respecto a la pa-



Presentación de los datos en MEDFEL.

sada campaña, con unas 500.000 toneladas previstas, y también un 7% por debajo de la media de los últimos años.

El clima caprichoso, con registros de bajas temperaturas desde el mes de ene-

ro, ha retrasado la floración así como la fecha de cosecha. También se deberá prestar atención a los efectos de la sequía que está afectando a toda Europa y, en particular, a España y al sur de Francia y que no se han tenido en cuenta en esta previsión.

José Antonio Tierno, nuevo presidente de la D.O.P Cerezas del Jerte



José Antonio Tierno. Presidente de la DOP Cerezas del Jerte.

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte ha elegido a José Antonio Tierno como nuevo presidente, en sustitución de Clara Prieto, que ha ostentado el cargo desde 2021. La designación se propuso en el Pleno del Consejo Regulador.

Tierno lleva 3 años siendo el presidente de la Agrupación de Cooperativas Valle del Jerte, de la que es miembro desde hace 25 años. Anteriormente, fue presidente de la Cooperativa Santa Catalina de Rebollar durante 22 años. Además, desde siempre ha estado muy ligado al campo, trabajando como agricultor a tiempo parcial.

José Antonio Tierno ha destacado que sus principales objetivos son "revitalizar la Denominación de Origen" y que el "consumidor conozca y sepa diferenciar una picota de la cereza desrabada".

El Consejo Regulador de Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte es una entidad que trabaja para promocionar y certificar el origen y la calidad de los productos protegidos.

En el Valle del Jerte se cultivan más de cien variedades de cerezas. De todas ellas, solo cinco variedades autóctonas cuentan con el sello de la Denominación de Origen Protegida "Cereza del Jerte" (D.O.P. "Cereza del Jerte"). Son las Cerezas del Jerte y Picotas del Jerte.

Revyona® – Igual, pero diferente

La legislación Europea para la renovación y registro de materias activas y productos fitosanitarios es cada vez más estricta y compleja. Con este nuevo escenario, muchas materias activas no se están renovando, y a la vez es más difícil registrar nuevas moléculas, dejando así a la agricultura europea con cada vez menos soluciones.

BASF, fiel en su ADN basado en innovación, sigue centrándose en ofrecer nuevas soluciones, por ello adaptan rápidamente su investigación para poder llevar al mercado nuevas moléculas que cumplan con las exigencias regulatorias. Un claro ejemplo de ello es Revysol®, un nuevo triazol que llega al mercado justo cuando muchos de los productos de su familia están luchando por ver si pueden cumplir con las nuevas exigencias regulatorias.

Revysol® llega España para frutales y viña con Revyona®, un producto que combina la elevada eficacia que el agricultor necesita, con un perfil eco toxicológico muy favorable.

¿Por qué necesitamos un nuevo triazol?

La historia de los triazoles empieza sobre los años 80, y aunque han sido y continuaran siendo, un grupo de materias activas importantes para la estrategia de la protección de los cultivos, se han detectado en los últimos años, reducción de eficacia de los triazoles en el mercado. A parte, muchos de ellos no superan las estrictas medidas que requieren los nuevos estándares regulatorios. Por esto, es necesario tener en el mercado un producto que sea de futuro. Y para ello ha llegado Revyona®.

¿Qué características resaltan a Revyona®?

Podríamos destacar básicamente 3: polivalencia, eficacia y un perfil regulatorio favorable.

Referente a la polivalencia, la materia activa de Revyona®, el Revysol®, ya está registrado en multitud de cultivos en varios países. Además, cubre un amplio espectro de control de enfermedades tan dispares como moteado, alternaria, o-

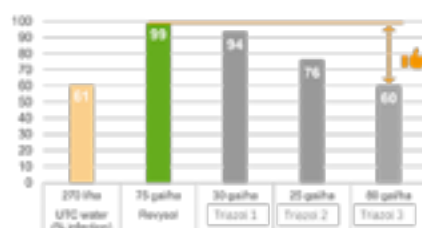


dios, Monilias o podredumbres. Y se continúa investigando para ampliar su etiqueta nuevos cultivos y enfermedades como abolladura, mancha ocre del almendro, septorias, y antracnosis.

Revyona®, presenta una elevada eficacia en comparación con otros triazoles utilizados en frutales y viña. Su eficacia supera a la mayoría, o en el peor de los casos con el mismo nivel de control. Pero lo que hace más interesante a Revyona® es que el producto es eficaz aún si nos encontramos en zonas donde han aparecido resistencias a los triazoles.

BASF ha hecho estudios en cepas de oídio con la mutación Y136F en viña y en cepas de moteado con las mutaciones Y133F y M141V-T en manzano, y Revyona® ha demostrado eficacia con respecto a otros triazoles del mercado. Esto es posible debido a una nueva estructura molecular de Revysol®, que le confiere versatilidad gracias a su gancho isopropanol azul que se adapta a los cambios que se dan en el sitio de acción de los triazoles y de esta manera superar esta barrera y ser efectivo frente a estas resistencias.

Además, es un producto que no pierde eficacia si llueve, hay bajas temperaturas o radiación solar elevada. Ofreciendo así al agricultor una herramienta muy versátil para la gestión de su explotación.



Revyona®, también, ha sido registrado bajo las últimas normativas, y ha superado todas las fases, con más de 800 puntos de chequeo, y como resultado tenemos un producto de futuro, con un perfil regulatorio favorable tanto para el medio ambiente, como para el aplicador, consumidor.

Es un producto que no pierde eficacia si llueve, hay bajas temperaturas o radiación solar elevada

¿Y por qué Revyona® es igual, pero diferente?

Igual, porque es un triazol, y como todos los de su familia detiene la producción de ergosterol del hongo, provocando la ruptura de la membrana celular, cubre diferentes enfermedades en un mismo cultivo y representan un producto prácticamente obligatorio en un programa de tratamientos.

Diferente, porque Revyona® suma las fortalezas de los triazoles y minimiza todas sus debilidades. Gracias a su molécula, que es flexible (gancho flexipower) y se adapta perfectamente a cualquier patógeno, incluso siendo efectivo en las cepas resistentes a triazoles.

El agricultor necesita de soluciones que le den tranquilidad y con perspectiva de futuro, y Revyona®, un triazol de nueva generación, le puede dar esto y mucho más.

www.agro.basf.es/

Bioestimulantes Agrostock Group en frutales de hueso



Jorge María Casas. CEO de Agrostock.

Jorge Casas Chiné, CEO de Agrostock, presenta los productos de su catálogo dedicados a la fruta de hueso.

La bioestimulación es una técnica agrícola que se está utilizando cada vez más en la producción de frutas y hortalizas. Consiste en el uso de productos que estimulan el crecimiento y el desarrollo de las plantas, mejorando su resistencia a las situaciones de estrés y aumentando la calidad de los cultivos.

En el caso de la fruta de hueso, al igual que en el resto, la bioestimulación puede mejorar significativamente la producción y la calidad de lo que producimos.

“Nuestro catálogo está compuesto por 90 referencias”

La bioestimulación en fruta de hueso puede realizarse mediante el uso de extractos de algas, ácidos húmicos y fúlvicos, aminoácidos, otros compuestos orgánicos, etc. Estos productos se aplican en los diferentes estados vegetativos de la planta con aplicaciones tanto vía foliar como vía radicular.

Los productos del catálogo de Agrostock para frutal de hueso mejoran la calidad de la fruta de diferentes modos ya que aumentan el tamaño y peso de los frutos y mejoran el rendimiento de la cosecha. Además, incrementan la calidad organoléptica de la fruta, como su sabor, aroma y textura.

Uno de los beneficios más importantes de las diferentes gamas de productos de Agrostock en fruta de hueso, es su capacidad para mejorar la resistencia de la planta a condiciones adversas.

La aplicación de productos de nuestras gamas KALITER, ELICITECH, NANOCROP y PAMPERCROP ayudan a las plantas a superar situaciones de estrés como sequías, altas y bajas temperaturas o cambios bruscos de la misma. Mejoran la capacidad de la planta para absorber nutrientes y para aumentar la calidad del suelo en el que se cultiva el frutal.

Nuestros productos incrementan la actividad microbiana del suelo, lo que mejora su estructura y aumenta su capacidad para retener nutrientes y agua. Esto

a su vez mejora la salud de las plantas y la calidad de los cultivos.

El catálogo de Agrostock Group está compuesto por alrededor de 90 referencias de las cuales más de 40 tienen el certificado CAAE bajo la norma UNE para su utilización en agricultura ecológica.

“Ponemos a disposición del sector las gamas de productos KALITER, ELICITECH, NANOCROP y PAMPERCROP”

Para alcanzar los objetivos de producción y calidad de las explotaciones de fruta de hueso, Agrostock Group pone a disposición del sector agrícola las gamas de productos KALITER, ELICITECH, NANOCROP y PAMPERCROP, que proporcionan al productor todas las herramientas necesarias.

www.agrostockgroup.com

Kubota serie M5002 Narrow, más potente, confortable y segura

Kubota Serie M5002 Narrow.

La serie M5002 Narrow está diseñada específicamente para el trabajo que se desempeña en viñedos, árboles frutales y demás aplicaciones que requieren el uso de tractores estrechos, además del transporte.

La serie Kubota M5002 Narrow destaca por su excelente diseño compacto, su gran desarrollo de potencia a la toma de fuerza y su velocidad, así como por su versatilidad, seguridad, facilidad operativa y gran ahorro de combustible.

El nuevo tractor, que incorpora un motor Kubota de 4 cilindros, cumple con la Fase V de emisión y está disponible en cinco motorizaciones que van desde 74 a los 115 CV para afrontar con éxito cualquier tarea gracias a su potencia y rendimiento. Los cinco modelos que componen la serie son: M5-072N, M5-082N, M5-092N, M5-102N y M5-112N.

Desarrollada para responder en diferentes aplicaciones, la nueva serie Kubota M5002 Narrow cuenta con dos diseños de capó diferentes para satisfacer las necesidades de cada aplicación: una opción,

el modelo cabina que permite una excelente visibilidad hacia el eje delantero y la zona frontal, especialmente indicada para el trabajo en los viñedos y frutales, y otra opción, el modelo arco central abatible, con diseño de perfil bajo, idónea para el trabajo en invernaderos.

“La serie Kubota M5002 Narrow destaca por su excelente diseño compacto”

La serie Kubota M5002 Narrow está disponible en dos transmisiones: una, de 18 marchas hacia delante y 18 marcha atrás; y otra, aún más versátil y confortable, la transmisión 36/36 donde con solo pulsar un botón se duplica cada marcha

convirtiéndola en unas 36 marchas hacia delante y 36 marchas atrás.

Con el fin de levantar cargas pesadas con facilidad y poder operar con seguridad, la nueva serie Kubota M5002 Narrow ha sido equipada con un potente sistema hidráulico con una bomba de 69 l/min. Gracias a su enganche de tres puntos de categoría II, la serie M5002 Narrow es capaz de levantar equipos pesados de hasta 2.300 kg.

Considerando las largas jornadas en el campo, Kubota ha diseñado una cabina amplia de suelo plano con una excelente visibilidad. Su perfecta ergonomía, asegura que el usuario dispone de todos los controles colocados confortablemente a su alcance, facilitando que se concentre plenamente en su labor para conseguir los mejores resultados.

www.kes.kubota-eu.com/agriculture

www.mujeragro.es

#SelloporlaIgualdadMA



Empresa por la
Igualdad - MujerAGRO

INFORMACIÓN

www.sieteagromarketing.com

Teléf.: +34 910 710 570 | Móvil: +34 656 39 48 75
email: mujeragro@sieteagromarketing.com

Una iniciativa de:

Siete
Agromarketing



“Tenemos una escala de valores, sobre el éxito profesional y la felicidad, vinculada a valores urbanos”

Conocemos de primera mano la labor que realiza CERES en defensa de la presencia y reconocimiento de la mujer rural, de la mano de su presidenta, Inmaculada Idáñez Vargas.



Inmaculada Idáñez Vargas Presidenta de CERES.

¿En qué momento se encuentra el papel de la mujer dentro del mundo rural?

Considero que las mujeres del medio rural hemos conseguido captar la atención social y de los responsables encargados de dirigir las instituciones para ser tenidas en cuenta como un grupo de personas con necesidades especiales, circunstancias específicas y con una discriminación que hay que trabajar. Falta ahora que esta visibilización se traduzca en derechos reales y tangibles. Porque tenemos grandes dificultades para acceder a las ayudas, a los programas, las subvenciones y a las políticas estratégicas. La información para las mujeres del medio rural no llega. Y creo que debemos sostener de mejor manera al movimiento asociativo local para que haga de correa de transmisión, de acompañamiento y de sostén para facilitar a las mujeres todas sus oportunidades y poderlas vehicular.

Seguimos siendo el sostén de la economía de los cuidados. El medio rural, carente de servicios, aislado geográficamente en muchos casos, sigue estando cubierto en estas materias por mujeres que no obtienen de vuelta una categoría profesional.

¿Qué acciones tiene previstas para potenciar la figura de la mujer, participación y visibilidad en el sector agrario y mundo rural para este próximo año?

Nos vamos a centrar en formar a las mujeres del medio rural para el liderazgo y la participación. Para que, desde nuestro papel como sociedad civil y asociativo,

ejerzamos la ciudadanía y construyamos pueblos en igualdad y organizaciones vinculadas a la profesión agraria, con las mismas oportunidades para todas. Avanzaremos en la formación en “agro ecofeminismo” para seguir sembrando semillas de igualdad.

Por otro lado, informamos y construimos puntos de encuentro para presentar a las mujeres legislación, convocatorias y estructuras locales que les dan acceso al mercado laboral con jornadas informativas y con proyectos de visibilización de los alimentos producidos por las mujeres.

“Nos vamos a centrar en formar a las mujeres del medio rural para el liderazgo y la participación”

Según ONU Mujeres España, harán falta 150 años para que exista una igualdad real en la sociedad, ¿Hay manera de acelerar el proceso?

Esta cifra la veo esperanzadora. Habida cuenta del trabajo que nos cuesta conseguir espacios, tiempo y atención en los planes y en los presupuestos de toda organización, ente público y privado y grupo donde queramos trabajar hacia la igualdad, el proceso se hace muy cuesta arriba. La igualdad o la falta de ella se vive desde la educación patriarcal en la que todas y todos hemos crecido. Erradicar estos valores es un proceso de despertar

conciencias y de estar atento y atenta, muy lento y que cala poco a poco.

Acelerar el proceso bajo mi punto de vista sólo se puede hacer con leyes que obliguen a ocupar igualdad en espacios de todo tipo para que, forzando, se termine normalizando la práctica en la igualdad en todos los ámbitos de la vida. Y para ello, la voluntad política es vital. También la formación. Mujeres y hombres educados en igualdad, con formación sobre feminismo, ser conscientes de la desigualdad en la que vivimos y con la que nos relacionamos, es muy importante.

¿Qué echa de menos en el mundo rural para que las mujeres agroprofesionales lo consideren un ámbito laboral atractivo?

Para empezar, emprender o incorporarse a la agricultura y la ganadería es una inversión económica que muy pocas personas la pueden hacer partiendo de cero. Sólo se contempla por la herencia y/ o costumbre familiar. La especulación en la tierra es un problema que nos afecta gravemente. La educación en general, atendiendo a la profesión como algo digno, interesante, con rentabilidad económica, innovador es fundamental. Hasta ahora tenemos claro que en el campo es la opción secundaria de la gente que ha estudiado para tener un ingreso extra.

Tenemos una escala de valores, sobre el éxito profesional y la felicidad, totalmente vinculada a valores urbanos. Parece que una mujer de éxito es la que va a la oficina todos los días con tacones y esa cultura, hay que cambiarla. La alimentación es una

“Tenemos grandes dificultades para acceder a las ayudas y a la información para las subvenciones”

actividad vital que todos y todas hacemos todos los días. Y por supuesto, una red en torno a la pervivencia de los pueblos para que se pueda vivir en ellos en las mismas condiciones que en las ciudades.

¿Se ha encontrado con muchas trabas como mujer en el campo y el ámbito cooperativo?

Sí. Opinar está feo, saber y entender también, tener las ideas claras como jefa no es un valor reconocido como “persona válida” sino como “mandona”. En mi experiencia personal, la conciliación la he tenido que compatibilizar yo, no falta de comentarios jocosos y expresiones machistas en mi entorno. Por suerte, al ser una persona de ideas claras, he ido llamando la atención con mano izquierda y la diversificación de los espacios con



Inmaculada Idáñez Vargas trabajando en el campo.

nuestra presencia han hecho que se eliminen de nuestro vocabulario determinados términos. Por ejemplo, hemos tenido que demostrar que tenemos fuerza física e inteligencia para saber defender una empresa. Formación sobrada y habilidades más que suficientes para compatibilizar en el mercado laboral, con los precios, con las administraciones y con todos los ámbitos que hay que desempeñar cuando se es autónoma en el medio rural. Todavía a día de hoy tenemos que explicar que todas esas tareas que exceden de arrancar el tractor y conducir por los terrones y que pasan por buscar cuadrillas, tener en regla toda la docu-

mentación, conocer las novedades políticas y buscar contactos para comercializar, también son tareas de entendernos como profesionales agricultoras y ganaderas.

Y otra traba es, ser una pequeña productora, la economía de escala también se extrapola a la dignidad profesional. Pero no pasa nada, en los espacios de encuentro de mujeres nos fortalecemos, nos empoderamos, nos formamos y nos preparamos para dar diversidad al sector con la alegría de ser las responsables de alimentar a nuestras vecinas y vecinos, de dar de comer al mundo.



Esta pera recupera





MujerAGRO lanza el sello "Empresa por la Igualdad", un distintivo que impulsa la visibilidad

El sello "Empresa por la Igualdad"-MujerAGRO reconoce la labor de las compañías en esta materia con una insignia gráfica que podrán añadir en sus comunicaciones en materia RSC.

El Proyecto MujerAGRO, impulsado por Siete Agromarketing, atendiendo a las demandas de las compañías del sector agroalimentario que trabajan en la consecución de la igualdad real, lanza el sello Empresa por la igualdad - MujerAGRO. Esta insignia reconoce y visibiliza a aquellas empresas, instituciones, cooperativas, organizaciones agrarias, que llevan a cabo buenas prácticas en materia de igualdad dentro del sector.

"Ahora más que nunca queremos que las empresas puedan reflejar a través del sello las acciones de RSC que llevan a cabo en favor de la igualdad y es nuestro deber que así sea", explica Gissele Falcón, directora de Siete Agromarketing y el Proyecto

MujerAGRO. "El sello pretende reconocer y estimular la labor de las empresas comprometidas con la igualdad en el sector agroalimentario y toda la cadena de valor". Este sello, se suma al resto de acciones que se desarrollan por parte de MujerAGRO, una marca que impulsa el desarrollo y la visibilidad de políticas equitativas entre hombres y mujeres, como son los Premios y el Foro.

Hasta el momento, más de 100 empresas ya forman parte de la red MujerAGRO y a partir de ahora, podrán ser reconocidas con el sello. Cualquier empresa o entidad, tanto privada como pública, que destaque, en la aplicación de medidas de igualdad de mujeres y hombres, puede optar a

"Hasta el momento, más de 100 empresas ya forman parte de la red MujerAGRO"

la concesión de este distintivo. Por parte de la Organización ya está elaborado el pliego de condiciones de uso, requisitos y condiciones para su utilización, que están a disposición de las empresas interesadas, enviando una solicitud a través del email mujeragro@sieteagromarketing.com. Una vez aprobada la solicitud, la empresa recibirá un pack de material gráfico y la autorización para su uso.

www.mujeragro.es

VII Foro MujerAGRO, 1 de Junio en Cáceres



VII Foro MujerAGRO, 1 de Junio en Cáceres.

El próximo 1 de junio, la ciudad de Cáceres acogerá la VII edición del Foro Nacional Mujeres Agroprofesionales, MujerAGRO, bajo el clain Relevo generacional, una oportunidad para la igualdad agroalimentaria.

Un encuentro que sigue creciendo y sumando apoyos, conscientes de la necesidad de seguir avanzando en materia de igualdad y especialmente de visibilizar, y que organizamos en esta edición con la colaboración de Cooperativas Agro - alimentarias de Extremadura y AFRUJEX.

El Foro Nacional Mujeres Agroprofesionales viaja a Extremadura en su próxima edición, creciendo y sumando apoyos

Como en cada edición empresas e instituciones suman su apoyo al evento con patrocinios y/o colaboraciones. En estos momentos, a falta de cierre de colaboradores y patrocinadores, esta edición cuenta con el respaldo de la Diputación de Cáceres, Certis Belchim, Sakata, Onubafruit, Trops, Bayer, AEFA, CASI, Cajamar, UNICA, Vicasol y Agrupación de Cooperativas Valle del Jerte.

www.mujeragro.es

FERIA INTERNACIONAL INFOAGRO EXHIBITION 2023

10 al 12 de Mayo de 2023
Aguadulce (Roquetas de Mar)
Almería

F4F – EXPO FOODTECH

16 al 18 de mayo
Bilbao



VII FORO NACIONAL MUJERES AGROPROFESIONALES - MujerAGRO

1 de junio
Cáceres

Congreso de Frutas y
Hortalizas de AECOC
6 y 7 de junio
Valencia

ORGANIC FOOD & ECO LIVING IBERIA

7 y 8 de junio
Madrid

II DEMO HortiDATA

21 de junio
Murcia



8° CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS

20 y 21 de junio
Huelva



FRUIT ATTRACTION

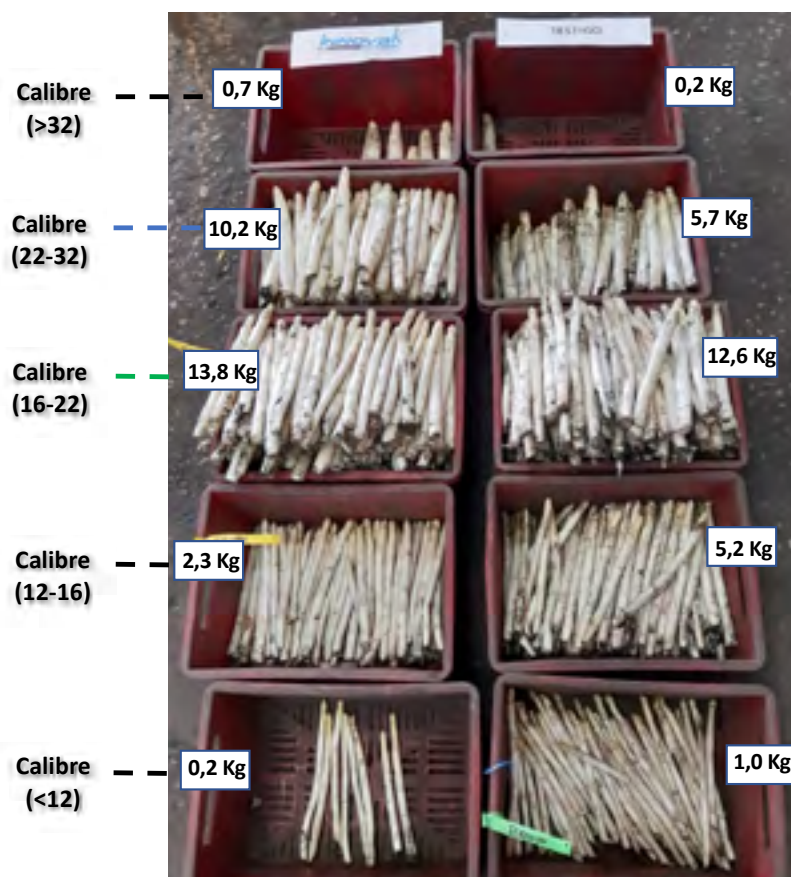
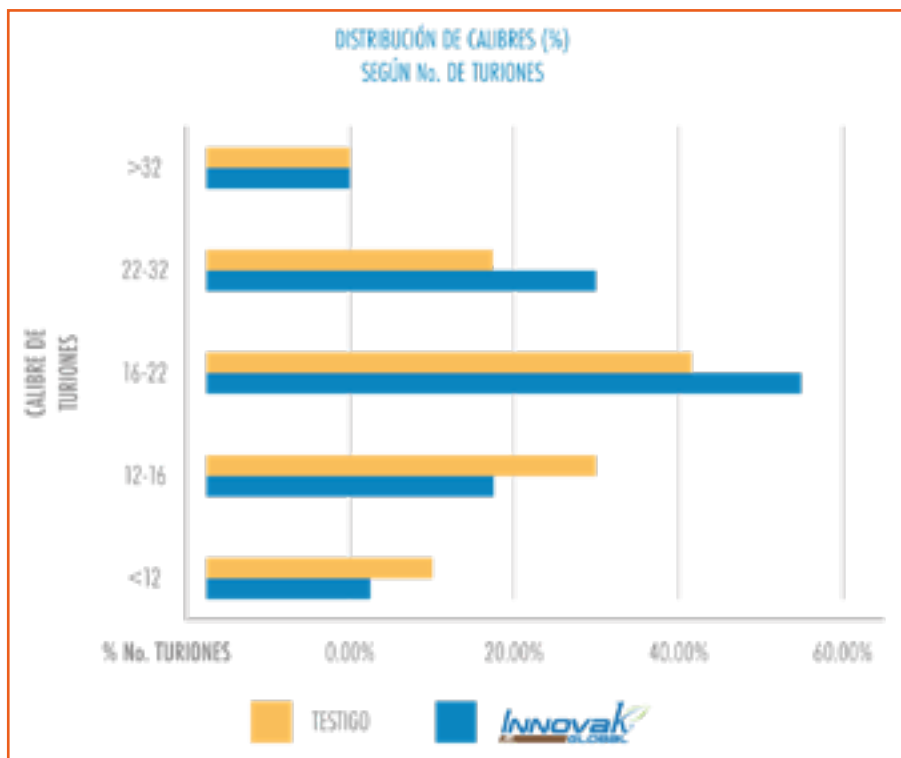
3 al 5 de octubre
Madrid

Adopción de nuevas tecnologías sostenibles para cultivos hortícolas

Acción de un bioestimulante en la mejora de la actividad radicular y el proceso de absorción activa de nutrientes en cultivos hortícolas.

La producción agrícola es crucial para satisfacer la demanda mundial de alimentos, pero los cultivos enfrentan constantemente factores de estrés que pueden afectar significativamente su productividad y rentabilidad. Entre estos factores se encuentran la sobreexigencia nutricional, el uso excesivo de fertilizantes químicos y otros factores abióticos como la sequía, salinidad, baja fertilidad del suelo y las temperaturas no óptimas, los cuales plantean importantes desafíos para la agricultura moderna y ponen en riesgo la calidad y el rendimiento de los cultivos. Además, la explotación excesiva del suelo y la adición de agroquímicos han llevado a un desequilibrio ecológico y a la disminución de la eficiencia de mineralización y humificación de la materia orgánica del suelo. A todo esto, se suma el cambio climático, que presenta nuevos desafíos para el sector agronómico, en particular para los cultivos hortícolas ^{1,2 y 3}.

Con la exacerbación de estos factores de estrés debido al cambio climático, se ha vuelto prioridad el desarrollo de tecnologías, prácticas y manejos agrícolas para la generación de sistemas capaces de garantizar la seguridad alimentaria. Sin embargo, en los últimos años, los productos bioestimulantes han sido posicionados como herramientas innovadoras para mejorar la productividad agrícola y la generación de sistemas sostenibles⁴. Se ha demostrado que estas herramientas, compuestas por diversas moléculas bioactivas, mejoran el crecimiento y la productividad de los cultivos y alivian los efectos negativos del estrés abiótico. Sin embargo, debido a su compleja composición y a las acciones sinérgicas de distintas moléculas, identificar los componentes más activos puede resultar todo un reto. Este sector de productos se encuen-



A) Diferencia de Peso (%)



tra en rápida expansión y su potencial en la agricultura es innegable, y su aceptación aumenta globalmente. Aprovechando el alcance de los bioestimulantes, podemos desarrollar sistemas agrícolas sostenibles que resistan los retos del futuro y garanticen un suministro constante de alimentos para la creciente población mundial. En este sentido, es importante seguir investigando y desarrollando tec-

nologías y prácticas agrícolas que permitan maximizar el potencial los cultivos en la agricultura moderna

Para optimizar la productividad de los cultivos y asegurar una nutrición adecuada, es fundamental implementar soluciones eficaces y sostenibles que fomenten el desarrollo de raíces sanas, activas y robustas. Además, es imprescindible mejo-

B) Número de Turrones según calibre

Calibre	Innovak	Testigo
>32	5	1
22-32	131	71
16-22	261	225
12-16	83	153
<12	8	46

rar el proceso de absorción de nutrientes, lo cual se logra mediante la aplicación de diferentes tecnologías que optimicen estos procesos e incrementen la disponibilidad de nutrientes en el suelo y su aprovechamiento por los cultivos.

Dentro de estas tecnologías existen bioestimulantes como NUTRISORB[®] evaluado en diferentes ensayos, formulado por Innovak Global, SA de CV ubicada en la ciudad de Chihuahua, México, con 66 años en el mercado.

Nutrisorb trabaja en los cultivos activando diferentes rutas metabólicas rela-

www.mujeragro.es

#MujerAGRO



VII Foro MujerAGRO

Cáceres, 1 de Junio de 2023

Complejo Cultural San Francisco - Sala Malinche
Diputación de Cáceres

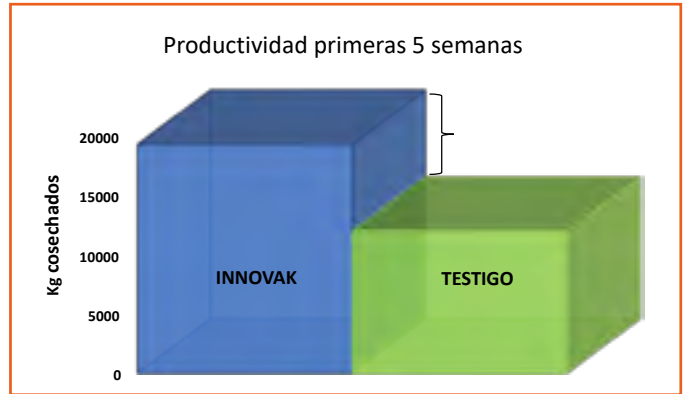
INFORMACIÓN

www.sieteagromarketing.com

Teléf.: +34 910 710 570 | Móvil: +34 656 39 48 75
email: mujeragro@sieteagromarketing.com

Una iniciativa de:

Siete
Agromarketing



cionadas con el transporte iónico y respuestas al estrés oxidativo. La activación de estas rutas se relacionan con la atenuación de los procesos de senescencia y el incremento del transporte auxínico.

También Nutrisorb tiene un efecto en la activación de genes relacionados con la síntesis de tryptofano y otros genes relacionados con la respuesta al estrés oxidativo, lo que podría estar relacionado con la atenuación de los procesos de senescencia y el incremento del transporte auxínico, reflejando una actividad de las raíces por periodos prolongados, optimizando la toma de nutrición reflejandose en diferentes características como productividad y parametros de calidad.

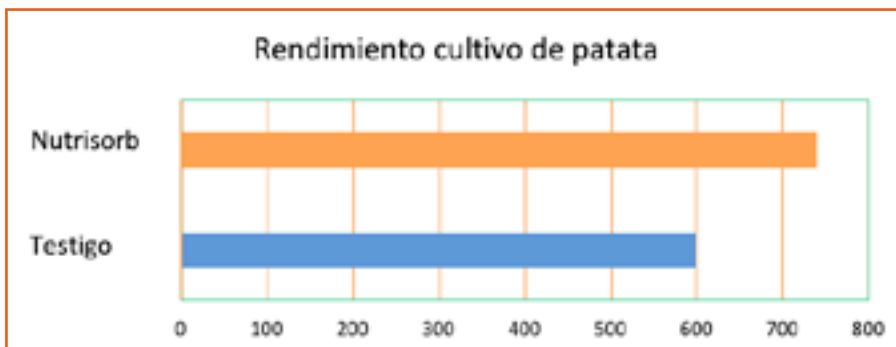
Resultados: Cosecha de Espárragos

En los resultados del análisis de las variables se puede observar una producción aumentada y acumulativa, con un incremento de calibres visible, lo que nos da una mayor calidad. En la figura de la distribución de calibres observamos una diferencia notable a favor del bioestimulante de Innovak Global en las medidas de calibre que son de interés comercial (16-22; 22-32), a diferencia de las medidas de calibres bajos que obtenido en el Testigo (<12; 12-16). Asimismo, tanto en la figura de producción acumulada como en la de productividad, se observan resultados superiores con el tratamiento de Innovak, con una diferencia aproximada de 500 kg

cosechados. Con estos resultados se evidencia un incremento en la producción y la calidad de la cosecha.

Resultados: Cosecha de Patata

En los resultados de las variables que se analizaron en la cosecha de patata se obtuvieron que en de un promedio de 10 patatas, se consiguió con el uso de Nutrisorb 6 unidades con rendimiento alto comercial, 2 de calidad media y solo 2 de bajo calibre no comercial, sin embargo, en el tratamiento control al que no se aplicó Nutrisorb la calidad del cultivo en su totalidad no fue comercial como se puede observar en las imágenes. Asimismo, al estimular el aumento del calibre en el cultivo con el uso de Nutrisorb, se obtuvo un mayor rendimiento y calidad de los tubérculos, lo que generó un mayor valor comercial.



Por Javier Zuzunaga ^{1,2}, Dominique Ruggli ^{1,3}, Guillermo Moriel ¹, Ali Asaff ^{1,4}

- (1) Innovak Global, Chihuahua, México
- (2) Universitat Politècnica de València, Departamento de Producción Vegetal, Valencia, España.
- (3) Centro de Asesoramiento Agrícola, Instituto Agrícola del Estado de Friburgo, 1725 Posieux, Suiza
- (4) CIAD - Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo. A.C. Hermosillo, Sonora, México.



fruit attraction **15 años**

Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas

LIVE  Connect
IMPACTA 365D · CREA COMUNIDAD · CRECE



**Conectamos ideas,
negocios y personas.
¡CRECIENDO JUNTOS!**

03-05 Oct

2023

Recinto Ferial
ifema.es



Desata el poder de tus cultivos

Quikon es la bioinnovación que el sector agrícola necesitaba para desatar el poder de los cultivos.

Es la prueba de que la Agricultura puede ir aún más lejos, de que los agricultores pueden incrementar aún más la productividad de los cultivos y la calidad de sus cosechas, de que sostenibilidad e innovación, pueden ir de la mano para desatar el poder de los cultivos.

#desataelpoderdetuscultivos



www.tradecorp.es

 tradecorp®
— A ROVENSA COMPANY —