

el más...

El reto para la oferta hortícola es crear y recuperar clientes satisfechos. El mercado europeo es de 700 millones de consumidores. El estado del arte actual en Murcia, Almería y Granada es que cuenta con 50.000 hectáreas de invernaderos con miles y miles de empresas y familias, cuya visión será la de atrapar a estos consumidores

Expo Agro Almería se celebra en el mayor clúster de la industria hortícola europea

Pere Papasseit
ppt@ediho.es

La Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería organiza desde hace cerca de 25 años la que se ha convertido en la más importante feria hortofrutícola en nuestro país, Expo Agro Almería, que a partir de 2008 está coorganizada con la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía.

Este año, la XXV convocatoria de la Expo Agro, del 25 al 27 de noviembre en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Aguadulce, Roquetas de Mar, Almería tiene 196 expositores e incorpora el tema de la sostenibilidad. La sostenibilidad en la feria se verá desde va-

rias aristas y en un debate económico, sobre actividades de horticultura.

Por ejemplo, la sostenibilidad habría que analizarla también sobre los beneficios en los negocios de la industria hortícola.

En rueda de prensa, durante la presentación de la feria Expo Agro Almería, la consejera de Agricultura y Pesca de la Junta, Clara Aguilera, y el presidente de la Cámara de Comercio de Almería, Diego Martínez-Cano, citaron a la feria como "agroalimentaria destinada al sector" y que se celebra "en la misma área geográfica en la que existe un importante clúster", entre Murcia, Almería y Granada, más de 50.000 ha de invernaderos, la mayor



concentración europea de infraestructura para la industria hortícola, según expresaron Martínez Cano, y otros participantes en la reunión.

En la Expo Agro este año habrá reuniones de usuarios de invernaderos de decenas de países, entre los que se encuentran los asistentes al Congreso Internacional de Plásticos para la Agricultura, cuya celebración apoya la feria, que organiza el CIPA con el Cepla y con la participación del Fiapa.

La Cámara de Comercio, titular de la organización de la Expo Agro en Almería, tal y

como es habitual en muchos certámenes comerciales, reúne a 65 operadores internacionales y empresas andaluzas a modo de 'workshop's para facilitar acuerdos mercantiles entre los participantes.

¿Hay que reinventarse la Expo Agro Almería?

Entre los conocedores de las 25 ediciones pasadas de la Expo Agro Almería y los expositores, existe el debate de cómo aprovechar las actuales dificultades de la industria hortícola para fortalecer y renovar la tecnología y socioeconomía de la horticul-

¿En qué pueden ayudar las próximas ediciones de las Expo Agro Almería? Conocemos las tendencias de la demanda en los productos hortícolas, sean frutas, verduras, flores y plantas de vivero, y en el otro caso, ¿cómo será la oferta?



tura de la región y contribuir al desarrollo de esta industria en otras regiones del mundo con climas suaves.

En la horticultura actual hay claves; algunas hay que verlas en la internacionalización, en la flexibilidad financiera y en encontrar estrategias innovadoras que sean útiles a la industria hortícola. Para los próximos años, en la horticultura, habrá menos empresas, menos agricultores, pero en ambos casos, los productores hortícolas serán más capaces. ¿De qué habrá más? Subirán, los servicios y las ofertas de suministros en

mejores equipamientos tecnológicos.

¿En qué pueden ayudar las próximas ediciones de las Expo Agro Almería? Conocemos las tendencias de la demanda en los productos hortícolas, sean frutas, verduras, flores y plantas de vivero, y en el otro caso, ¿cómo será la oferta? dependerá del grado de desarrollo de los productores. Ambas habrá que analizarlas desde una industria hortícola que representa 50.000 hectáreas de invernaderos en el “clúster Almería” del que habla la consejera Clara Aguilera.

El consumidor europeo es urbanita y aunque mantiene una memoria histórica “rural” en sus hábitos de compra se comporta de formas menos uniformes de lo que pensamos. En la compra de alimentos se aburre y está ya desligado de sus viejas tradiciones rurales

El plan Renove

En el plan “renove” del parque de invernaderos de Almería, del que se conocen intenciones casi cada año, y no se sabe muy bien en qué consiste, las ayudas seguramente no faltarán, pero los ejecutivos de las cooperativas y entre los comercializadores hortícolas se preguntan ¿cómo de eficaz puede ser la innovación hortícola?, ¿cómo utilizar la renovación y modernización de los invernaderos?, ¿para producir aún más, y de qué?, ¿para concentrar con mayores cantidades de hortalizas en una producción en los meses clave, en Almería de Diciembre a Abril? o para alargar las campañas hasta los 12 meses del año?, o bien, con el objetivo puesto en bajar costes con más kilos por metro de invernadero Apostando por lo seguro, con la modernización del parque de invernaderos y una racionalización de infraestructuras hortícolas se ganará eficacia en la logística del producto desde la planta hasta las fruterías.

Los factores de esta renovación que se producirá durante los próximos años en la industria hortícola, la que se practica en los países de clima suave, casi seguro que tendrá un escenario preferen-

te en las Expo Agro Almería venideras. ¿Porqué no crear un método de trabajo junto a la Expo Agro Almería para planificar, organizar y debatir estos cambios con las empresas de tecnología hortícola participantes en la feria? Proximamente una Expo Agro Almería que muestre el potencial de la industria hortícola más moderna acelerará los cambios que se necesitan.

Tendencias de la demanda

¿Qué quieren los consumidores? Según el estudio de la Fundación Cajamar, “el nuevo sistema agroalimentario” presentado recientemente por esta organización que dirige David Uclés, el consumidor europeo es uno de los de mayor poder adquisitivo del mundo. En los mercados hay una amplísima variedad de productos agroalimentarios, de incontables procedencias y en una creciente disponibilidad de presentaciones. El consumidor europeo es urbanita y aunque mantiene una memoria histórica “rural” en sus hábitos de compra se comporta de formas menos uniformes de lo que pensa-

mos. En la compra de alimentos se aburre y está ya desligado de sus viejas tradiciones rurales. Sino cómo se explican los crecientes y espectaculares consumos de piñas y kiwis y a la vez, el desconocimiento casi universal entre los europeos de cómo preparar, y solo es un ejemplo, 3 recetas con berenjena.

La gente pide diversidad, en las tiendas quieren escoger. La demanda dice: saludable, fresco y natural, cómodo de utilizar y asequible. Crecen las nuevas categorías basadas en la IV, V y VI gamas, listo para utilizar y listo para tomar. Más y aún más saludable, hay demanda de los “alimentos funcionales”, los alimentos con nutraceúticos.

En la horticultura actual hay tecnología y pautas comerciales para hacer esto que la demanda dice que pide. Las Expo Agro Almería que vendrán después de ésta del XXV aniversario pueden ser los escenarios para que las empresas participantes representen las oportunidades de este proceso de modernización que se está produciendo en la industria hortícola, tanto en las tecnologías que afectan a la producción como a las de cosecha.

En opinión de ciertos autores habituales en esta revista, a la industria hortícola, sobre todo a la que hay en los países de climas suaves, le queda mucho por reforzar su creati-



vidad y poder realizar propuestas a sus clientes. ¿Cuáles? Ampliar la oferta de especies y calendarios, diversificar la gama actual con las nuevas opciones que los manuales de poscosecha sugieren. Reinventar la innovación de una horticultura para los climas suaves en el “clúster Almería”. Una feria como la Expo Agro podría lograr hacer reaccionar con rapidez a la industria hortícola tal y como la conocemos ahora, para sacar partido de los cambios estructurales que la demanda sugiere en la cadena de suministro de la horticultura comestible y en las plantas de vivero.

La oferta

Hay expertos que creen que los formatos convencionales de frutas y verduras que se ven en los hipermercados y supermercados actuales resultan poco eficaces. Algunos productores dicen ver en la concentración de la oferta la solución a sus problemas de precios; otros creen que la concentración solo beneficia en la presión de la negociación que hacen los compradores.

En la horticultura hay estrategias que pueden basarse en la diversificación. La diferencia cuenta. Para ésta, se necesita aún más y mejor tecnología hortícola. Con

Expo Agro Almería.

En los próximos años, en la horticultura, habrá menos empresas, menos agricultores, pero en ambos casos los productores serán más capaces. ¿De qué habrá más? Subirán, los servicios y las ofertas de suministros en mejores equipamientos tecnológicos.

modelos de comercialización y formatos de productos, ambos diferentes, aparecen montones de oportunidades para las hortalizas, frutas, flores y plantas procedentes de viveros modernos y bien gestionados por horticultores innovadores.

El reto para la oferta hortícola, debatimos con frecuencia en la redacción de esta revista con los autores y anunciantes, es crear y recuperar clientes satisfechos. El mercado europeo es de 700 millones de consumidores. El estado del arte actual en Murcia, Almería y Granada

A la industria hortícola, sobre todo a la que hay en los países de climas suaves, le queda mucho por reforzar su creatividad y poder realizar propuestas innovadoras a sus clientes

En España, el liderazgo de la industria hortícola le corresponde a Andalucía y en esta industria la capitalidad pudiera estar en Almería

es que cuenta con 50.000 hectáreas de invernaderos, miles y miles de empresas y familias, cuya visión será la de atrapar a estos consumidores. La logística y las formas de vender durante los últimos 20 años han cambiado el comercio europeo.

Reorientar la oferta hortícola actual y reinventar la industria hortícola en los países de clima suaves requerirá en el futuro una feria como la Expo Agro de Almería con una nueva misión, ¿cuál es y dónde buscarla? La Universidad, las escuelas de negocios, los debates en una revista como Horticultura y en las webs temáticas de Internet o las ferias aportarán las informaciones y las relaciones para cambiar formas de hacer en la industria hortícola. Pero dónde realmente está el poder de esta industria es entre los productores y el nivel de cooperación que alcanzan con sus proveedores, las empresas de tecnologías hortícolas cercanas.

Los participantes en las Expo Agro Almería son una academia de conocimiento para los productores hortícolas que toman como referencia a esta feria en la que participan los sectores productores de sistemas de control de plagas y enfermedades (control biológico), riego y fertilizantes, maquinaria agrícola, semillas, planteles y plantas de

vivero, invernaderos y plásticos, control del clima y automatización, industria auxiliar e industria química, la poscosecha con los sistemas de control de calidad y la innovación en las gamas IV a VI, el packaging, marketing, y la logística.

Desde la horticultura de los productores en la cadena de suministro ¿se sabe qué hacer y qué decir a los distribuidores y a los consumidores? ¿cuáles son los programas y calendarios para los cambios que se avecinan en la industria hortícola? Los productores hortícolas moverán ficha y no “está escrito” (aunque hoy sí lo esté) que todas las fresas tengan que ser iguales y producidas durante las mismas semanas. En las próximas ediciones de las Expo Agro en Almería puede que los participantes vean soluciones de tecnologías hortícolas, para o procedentes, de otras regiones geográficas distintas a la capitalidad que hoy día tiene Almería. Entre estos participantes, ahí también estará la revista Horticultura, habrá formas de encontrar flexibilidad en las propuestas y alianzas para los nuevos negocios de la industria hortícola.



www.expoagroalmeria.com



cryosalus
www.cryosalus.com

Soluciones CRYOSALUS® para las cooperativas

- El trabajo del campo es ruinoso y desmotivante.
- Los clientes marcan el precio de venta a menudo sin margen.
- Las importaciones revientan los precios.
- No sale a cuenta recoger la cosecha, la fruta se pudre en el árbol.
- Las frutas y hortalizas son perecederas.
- No sabemos qué hacer con los excedentes antes de que se pudran.
- Los consumidores comen poca fruta, porque hay que pelarlas.
- La fruta en las ciudades es sosa (cosechada antes de tiempo).

Diferénciese de sus competidores con la colaboración de CRYOSALUS®:

- Las cosechas se aprovecharán por completo.
- Permite **congelar frutas y hortalizas** en su punto óptimo de maduración, **manteniendo su textura, sabor y color al descongelarla**.
- Cuando se descongela, la fruta no desprende jugos; al contrario que la fruta congelada que se comercializa en la actualidad en algunos países, que no tiene textura ni sabor.
- Permite **congelar “TODA” la producción** (no hay excedentes) para venderlos en el momento oportuno.
- Se congelan **las frutas y hortalizas peladas, cortadas y troceadas listas para comer**.
- El sabor es superior a la de la fruta consumida actualmente, por haber sido recolectada y congelada en su **punto óptimo de maduración**.

Con el sistema CRYOSALUS®

- Permite ofrecer al mercado nuestros frutos durante los 12 meses del año con una calidad muy superior a la de importación.
- El consumo doméstico aumentará al no tener que pelar la fruta.
- Las exportaciones de frutas y hortalizas aumentarán.
- Las exportaciones durarán todo el año.
- Será rentable dedicarse al campo.
- Se crearán más puestos de trabajo en el campo y en las empresas transformadoras.
- Mejorará la economía de la gente del campo.
- Podrán dedicarse con orgullo al trabajo que saben hacer bien.



Visite nuestro stand (1C04B) en Fruit Attraction

CRYOSALUS® estamos a su servicio.
CRYOSALUS® sistema amparado por las patentes españolas P200801021, P200801022 y por solicitud internacional PCT/ES2009/070088 en tramitación.

Cryosalus System SL

Avda. Cornellá, 72, entlo. 2ª • 08950 Esplugues (Barcelona) • Tel.: (34) 677 454 623
cryosalus@cryosalus.com • www.cryosalus.com