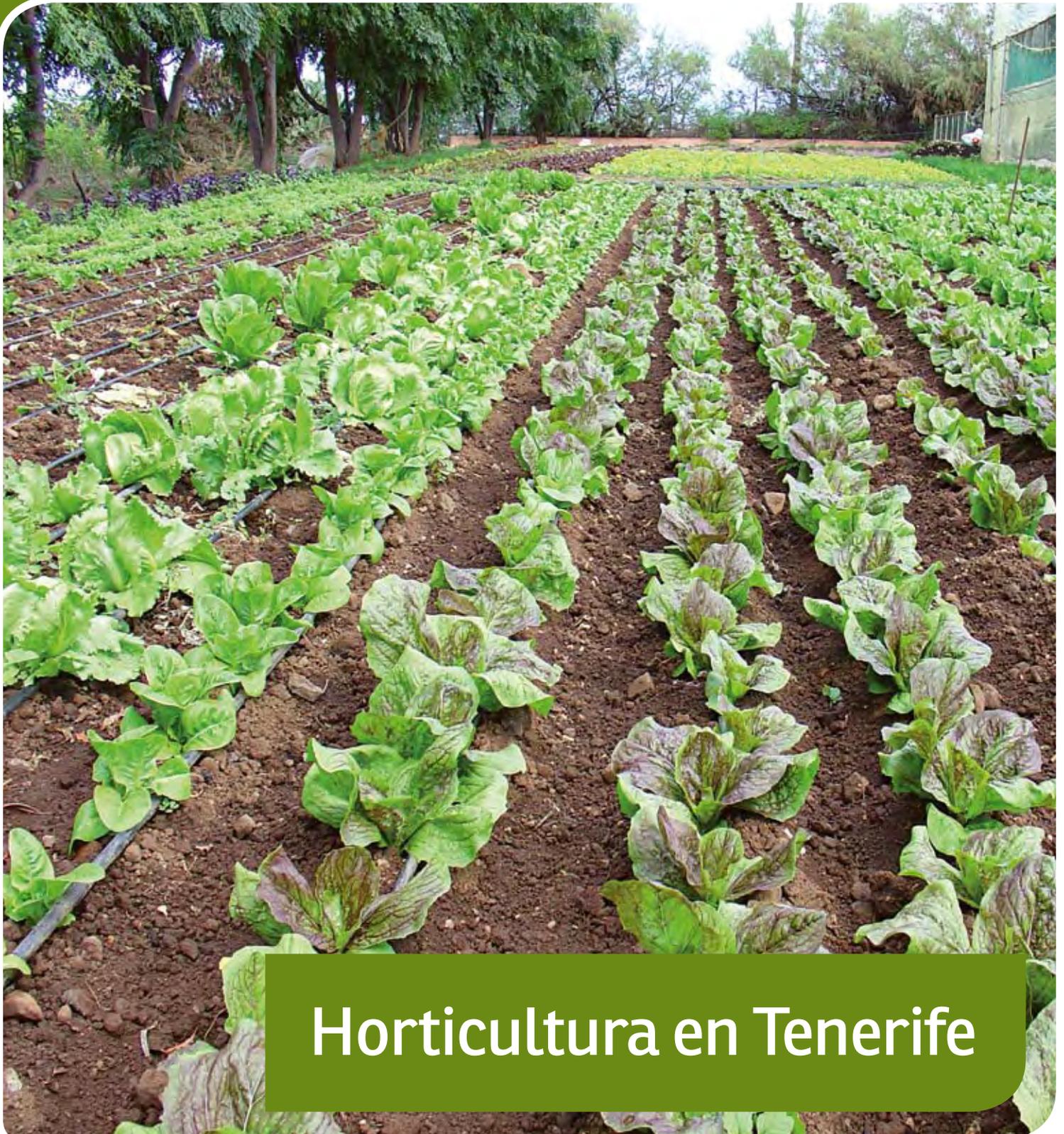




Mundo Rural de Tenerife

Diciembre 2012 / Nº 12
Publicación trimestral



Horticultura en Tenerife

Plan Insular de Formación Agraria 2013



Programa de cursos sobre:

Tecnología agraria

Formación empresarial

Nuevas tecnologías de la información

Información en:

www.agrocabildo.org

Oficinas de Extensión Agraria y Desarrollo Rural

Horticultura en Tenerife. Algunas claves

Desde Mundo Rural de Tenerife queremos invitar a nuestros lectores a acercarnos a la realidad del sector agrario en la isla de Tenerife y analizarla desde las distintas dimensiones que contemplan las orientaciones y los ejes de actuación que conforman las políticas europeas sobre agricultura y desarrollo rural. De esta manera, la necesaria interrelación entre los tres ejes prioritarios del FEADER (Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural), y que se relacionan con la mejora de la competitividad de las explotaciones agrarias, con la diversificación económica de las zonas rurales y la mejora del medio ambiente y el paisaje, tienen cabida en este número de la revista.

De un lado, contamos con interesantes aportaciones en torno al papel y el peso de las producciones locales, especialmente las hortalizas, en la economía insular, en las que se hacen necesarios estímulos y apuestas por la profesionalización y la calidad diferenciada. Se hace preciso también su tratamiento desde un punto de vista que incorpore la vertiente tanto productiva como comercial, además de su consideración como sector estratégico y proveedor de numerosas externalidades. Algunas experiencias locales, a las que ponemos nombre y apellido en este número, apuntan en este sentido, apostando por los canales cortos de comercialización, la innovación y la diversificación en el sector.

Un análisis en profundidad sobre la evolución del cultivo del tomate en la isla nos ayuda a comprender los elementos que han desembocado en la crisis actual del sector que podría definirse como algo más que coyuntural, y que exige una clara definición de objetivos y de estrategias tanto por parte del sector como de las instituciones implicadas.

Destacamos por último, la reflexión a partir de iniciativas ciudadanas, como es el caso de El Tablero en Tenerife, a través de las que cobra sentido el valor de lo rural y el modelo de desarrollo a partir de tesis sostenibilistas, que lejos de ser una moda, en momentos como el actual, son de urgente necesidad. Como apunta uno de nuestros colaboradores “la amenaza de la transformación de lo rural en urbano, debe verse como una oportunidad. Siendo la producción de alimentos una cuestión estratégica, el suelo rústico agrario es fundamental, y por ello es necesario converger hacia una legitimación social de la actividad agraria”.

Desde Mundo Rural de Tenerife queremos seguir compartiendo con nuestros lectores el conocimiento y la puesta en valor todo lo relacionado con nuestro medio rural, y esperamos que 2013 sea un año de retos cumplidos para todos. Nuevamente agradecemos cualquier sugerencia a través de nuestro correo: mundorural@tenerife.es



SERVICIO TÉCNICO DE AGRICULTURA
Y DESARROLLO RURAL



n°12

Diciembre 2012

Sumario

4 Horticultura del mercado interior

El empleo de técnicas de cultivo y de variedades tradicionales, unido a las bondades edafoclimáticas con las que cuenta nuestro territorio, hacen que nuestras producciones gocen de una calidad única y diferenciada.

8 La evolución varietal en el tomate de exportación de Canarias*

El tomate ha sido uno de los dos cultivos principales de exportación en Canarias en el siglo XX, influyendo en la estructura socio-económica de las Islas.

10 El tomate canario de exportación: algo más que una crisis pasajera

El binomio plátano-tomate ha protagonizado el papel de actor principal en la actividad agraria del archipiélago desde hace más de una centuria.

13 ENTREVISTA Finca Punta Gorda. Sergio Ramos Rodríguez

"El consumidor quiere producto todo el año, con garantías y fresco, esa es nuestra ventaja al ser una empresa agrícola y local"

Mundo Rural
de Tenerife

Edita: SERVICIO TÉCNICO DE AGRICULTURA Y
DESARROLLO RURAL. CABILDO DE TENERIFE

Diseña: Frank Castro

Imprime: Producciones Gráficas.

Depósito legal: TF-838/2008





A fuego lento	32
Libros	33
WEB	34
Agenda	35

16 EXPERIENCIAS

Una apuesta por la diversificación y la producción local

Andrés Hernández Estévez es un agricultor profesional de 39 años natural de Arico, que vive de y para la agricultura.

18 TRADICIONES

Tradición hortícola en el Sur de Tenerife

Don José Antonio González González, y su experiencia vital vinculada a la agricultura.

20 PERSONAJES DEL MUNDO RURAL

Don Ángel y doña Frasca, tradición agrícola y ganadera en La Orotava

Premios Tenerife Rural a la "Conservación de la Biodiversidad Agraria y Mantenimiento de Prácticas Agrarias Tradicionales" en su quinta edición.

22 RUTAS

Caminando Arona-Vilaflor de Chasna: Naturaleza, agricultura e historia

Dos localidades que comparten espacios de gran belleza, colmados de paisajes de contrastes, donde abundan caseríos y caminos reales junto a antiguos roques, montañas y barrancos.

24 ACTUALIDAD

El festival rural de creación "Las Eras de El Tablero" modelo de sensibilización, formación y educación en el paisaje

Mujeres rurales de Tenerife: tejiendo redes
Variedades tradicionales de tomate de Canarias

28 DISFRUTANDO DE LOS PRODUCTOS DE LA TIERRA

El tomate de *siempre*



Horticultura del mercado interior⁽¹⁾

El empleo de técnicas de cultivo y de variedades tradicionales, unido a las bondades edafoclimáticas con las que cuenta nuestro territorio, hacen que nuestras producciones gocen de una calidad única y diferenciada.

LUIS FERNÁNDEZ FABRELLAS

Jefe de Explotación de MERCATENERIFE, SA

Nuestra tan renombrada lejanía e insularidad, unida a ciertas restricciones fitosanitarias para la entrada de algunos productos hortícolas, al carácter perecedero de estos, y sobre todo, la buena climatología de nuestro archipiélago, así como la labor de nuestros agricultores, han logrado mantener a las producciones agrarias locales como principal fuente de abastecimiento de consumo interno de estos productos. No obstante podríamos establecer diferencias en cuanto al protagonismo de un producto foráneo frente al local basándonos casi exclusivamente en una de las características antes citadas, su carácter menos perecedero, unos ejemplos claros los tenemos en las papas, cebollas y ajos.

Cantidades (kg) comercializadas en MTFE según procedencia. Año 2011

	CANARIAS	%	RESTO	%
FRUTAS	13.694.314	24%	42.979.816	76%
HORTALIZAS	24.359.390	66%	12.366.439	34%
PAPAS	4.732.118	45%	5.884.411	55%
TOTAL	42.785.822	41%	61.230.666	59%

FUENTE: MERCATENERIFE

Características

Son muchos los condicionantes de nuestras islas que dificultan que las explotaciones hortícolas sean realmente competitivas, si las comparamos con nuestros más próximos competidores como el sudeste peninsular y Marruecos, ya que nuestra orografía, la disponibilidad o el coste del agua, la ausencia de suelo fértil en algunas zonas, la baja mecanización y el acentuado minifundismo que sufre gran parte de nuestros territorios agrícolas, no permiten sacar al mercado un producto con costes de producción inferiores al de las referidas zonas foráneas.

Por otro lado, la mejora y eficiencia en los medios y redes de transportes también juega un papel favorable hacia la importación y mayor competencia del producto foráneo. Ello unido a los nuevos sistemas de distribución en los que el peso de las grandes y medianas superficies ha desplazado al que venía ocupando la venta tradicional, mermando el poder de negociación de muchos comercializadores de productos locales, al requerir estos nuevos canales, una mayor y más constante oferta de productos.

Comparando los datos de producción del sector hortofrutícola de la isla de Tenerife con los de MERCATENERIFE tenemos el siguiente cuadro:

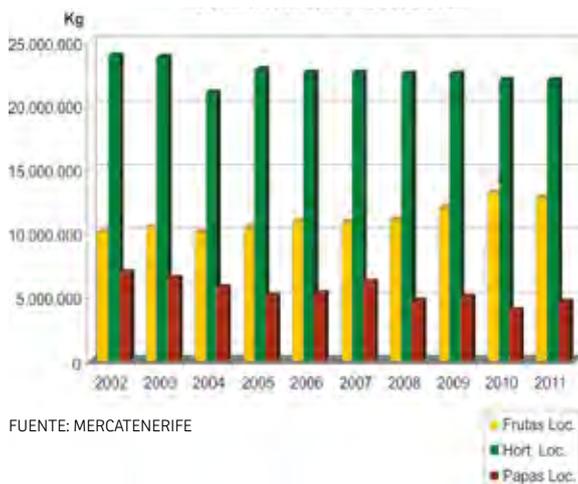
⁽¹⁾Aunque el título del artículo hace referencia al sector hortícola, hemos considerado ampliar su alcance y aportar también datos del sector frutícola ya que en muchos casos siguen evoluciones similares.

AÑO	Producción (kg) Hortofrutícola en Tenerife para Mercado Interior	Comercialización Hortofrutícola Local en MERCATENERIFE	CUOTA MERCADO
2009	114.355	39.322	34%
2008	100.803	38.167	38%
2007	102.690	39.559	39%
2006	99.573	38.788	39%
2005	110.202	38.283	35%

Fuentes: Consejería de Agricultura del Gobierno de Canarias, ISTAC y MERCATNERIFE.

Por otro lado La evolución de las comercialización de frutas hortalizas y papas locales, (originarios de la provincia de S/C de Tfe.), en MERCATENERIFE para el periodo 2002-2012, es la que muestra la siguiente gráfica.

Evolución Frutas Hortalizas y Papas Locales en Mercatenerife 2002-2011



FUENTE: MERCATENERIFE

A favor de nuestras producciones hay que decir que el empleo de técnicas de cultivo y variedades tradicionales, así como el moderado uso de sistemas de protección (invernaderos, túneles plásticos etc.), unido a las bondades edafoclimáticas que cuenta una gran parte de nuestro territorio, hacen que nuestras producciones gocen de una calidad única y diferenciada, que nada tienen que envidiar a la que ofrecen los productos foráneos.

El mercado interior a pesar de la evolución existente en favor de los sistemas de concentración de oferta que promueven las empresas agrarias, es en gran medida un mercado tradicional y en el que MERCATENERIFE, con su Nave de Producto Local, lleva jugando durante sus más de 32 años de historia un papel primordial, ya que permite concentrar un gran volumen de producto en un espacio localizado sin la necesaria integración horizontal que promueven dichas empresas. Con ello se

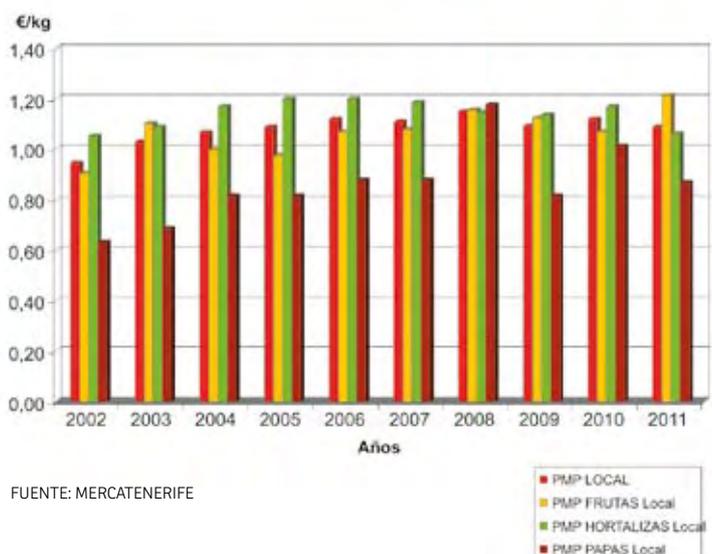
El mercado interior, a pesar de la evolución existente en favor de los sistemas de concentración de oferta que promueven las empresas agrarias, es en gran medida un mercado tradicional y en el que MERCATENERIFE lleva jugando un papel primordial.

logra así crear un sistema de competencia casi perfecta, en la que en un mismo entorno conviven una gran oferta por parte de agricultores y comercializadores agrarios, ("gangoberos"), conjuntamente con una gran demanda de compradores, quienes se benefician también de las ventajas que una gran Unidad Alimentaria como MERCATENERIFE ofrece como punto de venta al mayor.

Por otro lado, la flexibilidad y facilidad que ofrece este mercado hacia los agricultores y comercializadores de producto local, en cuanto a disponibilidad de espacio para la venta y permanencia en función de la disponibilidad sus producciones, dentro de un mercado regulado y transparente, son ingredientes fundamentales que han permitido mantener durante muchos años esa gran cuota de mercado en la comercialización.

Las dificultades por mantener una estructura empresarial competitiva en este sector son enormes, y aunque la calidad del producto y el servicio están como principal meta para estos objetivos, es siempre necesario una minuciosa racionalización de costes, así como la continua mejora de la productividad. Como dato a tener en cuenta hemos de decir que los precios medios ponderados en frutas y hortalizas locales (PMP) en MERCATENERIFE han subido desde 2002 a 2011 un 15%, frente al 21% que ha supuesto el incremento del IPC general y el de la alimentación en Canarias en este mismo periodo, (ver siguientes gráficas).

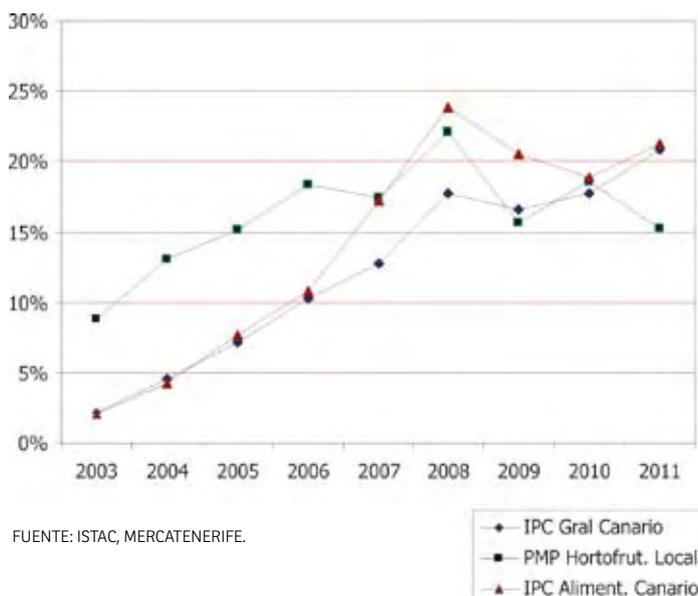
Evolución del Precio Medio Ponderado en Mercatenerife 2002-2011



FUENTE: MERCATENERIFE



Variaciones Porcetuales Acumuladas IPC-PMP(Mtfe)



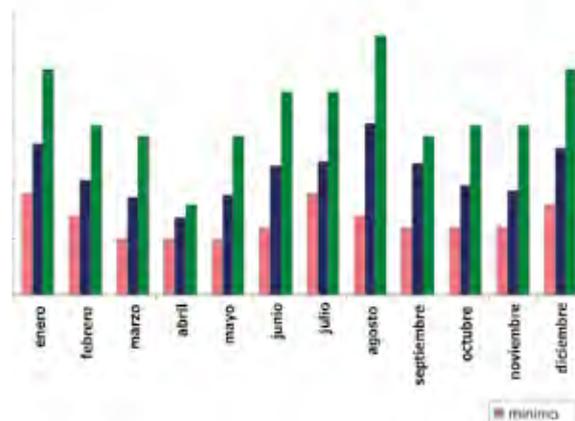
En el seno del sector agroalimentario dedicado al comercio interior, van ganando fuerza pequeños comercializadores que sin recurrir a la constitución de fórmulas asociativas agrarias, operan en su mayoría muy ligados a la actividad de MERCATENERIFE, y han sido capaces de poder hacer frente a la creciente demanda que las grandes cadenas de distribución alimentaria exigen, incrementando su volumen comercial y profesionalizando más su gestión, compitiendo así con las cooperativas agrícolas que tradicionalmente han operado en las principales comarcas productoras, y permitiendo la mejora del posicionamiento de la oferta de producto "del país" frente al foráneo.

Retos

La competencia obliga a que los agricultores y comercializadores del producto local, sean capaces de producir más y mejor, de una forma ordenada, adaptándose a las nuevas tendencias de los consumidores, es por ello que el hecho de decidir qué y cuándo se planta, debe ser un criterio basado en aspectos comerciales por encima de los meramente productivos.

En este caso siempre resulta útil información como la que facilitamos a continuación que marca la tendencia general en precios de un producto según la época, aunque no por ello debemos de olvidar el comportamiento particular de muchos productos, que en su evolución histórica muestran grandes altibajos, (dientes de sierra), como consecuencia de decisiones que toma el agricultor basadas exclusivamente en la cotización de un producto en un momento dado. Tómese como ejemplo la gráfica de evolución histórica de precios de la lechuga y obsérvese que a los dos meses de un máximo importante en su cotización se produce un mínimo en ésta, no menos importante, y viceversa.

Lechuga Batavia local. Tendencia de Precios. Periodo 2007-2011



Propuestas

Por todo ello, el problema de la pérdida de peso de nuestras producciones agrícolas no debe abordarse centrándonos en una cuestión básicamente productiva, sino más bien un problema comercial, en el que la calidad del producto tenga un peso importante, ya que en muchos casos resulta casi imposible alcanzar los umbrales de costes con los que cuentan nuestros competidores. En consecuencia, la principal apuesta por nuestras producciones debería ser básicamente hacia una calidad diferenciada y con una gestión más profesional



encaminada a las exigencias comerciales desde el proceso productivo, emprendiendo acciones como:

- Una buena programación de las cosechas, intentando evitar excesos y carencias de oferta considerando los límites propios de la estacionalidad marcados por la climatología y haciendo uso de una buena información histórica de precios.
- Uso, recuperación y promoción y de variedades locales tradicionales y de calidad contrastada.
- Sistemas y labores culturales que promuevan el uso de fertilizantes orgánicos, minimicen los sistemas de control químico de plagas, entre los que destacamos los productos biológicos o al menos aquellos que acrediten que provienen de métodos integrados de producción, o incluso aquellas producciones que no empleen productos manipulados genéticamente
- La concentración de la oferta por parte de los productores y comercializadores (integración horizontal) a niveles que les permitan poder hacer frente a las demandas exigidas por las grandes superficies y cadenas de distribución alimentaria, con los requisitos de sistemas de calidad de etiquetado, envasado, trazabilidad y presentación en general que estos exijan.
- La mejora en la presentación del producto, mediante el uso de envases o embalajes que resalten e identifiquen claramente la variedad, el origen de dicho producto y, en su caso, las posibles bondades de su proceso productivo, así como el empleo de técnicas respetuosas con el medio ambiente.
- Nuevos sistemas de preparación del producto, atendiendo a esa demanda creciente en torno a productos más preparados para el consumo directo, (4ª y 5ª gama).
- El empleo de las TIC, como medio complementario para la promoción difusión, información y comer-

cialización de los productos por parte de los comercializadores.

- Desarrollo de proyectos conjuntos o sinergias entre varios agentes comerciales que intervienen en el proceso de la distribución (integración horizontal), con el objeto de racionalizar costes, como podría ser:
 - la creación de un pool de envases retornables como una alternativa más económica al envase de un solo uso.
 - Compartir una logística común de medios de transportes.
 - La contratación de servicios conjuntos de asesoramiento y/o gestión de sistemas de calidad, control de riesgos laborales, sanitarios (APPCC), trazabilidad etc.

Conclusiones

En definitiva, a pesar e que las producciones hortícolas para mercado interior no han perdido peso en estos últimos diez años, a diferencia de lo que ha ocurrido con el tomate de exportación, son muchas las acciones de mejora que pueden y deben llevarse a cabo, ya que la disminución de las ayudas o incentivos económicos, así como la discutible permanencia de los mecanismos de protección frente a la importación de estos productos, podrían inclinar más la balanza en favor de las ofertas foráneas y en contra de la economía, cultura, tradición y belleza de nuestro entorno rural, tan apreciado por nuestros turistas.

Nos encontramos por ello ante un enorme reto y es el de mantener nuestras producciones y el de conservar nuestras variedades tradicionales, permitiendo que la agricultura continúe siendo con diferencia, la principal actividad económica de las zonas rurales y logrando que en nuestra mesa estén siempre presentes productos hortícolas de nuestra tierra.



La evolución varietal en el tomate de exportación de Canarias⁽¹⁾

■ BELARMINO SANTOS COELLO. Cabildo de Tenerife
LEONARDO AMADOR DÍAZ. CULTESA
DOMINGO J. RÍOS MESA. Cabildo de Tenerife

El tomate ha sido uno de los dos cultivos principales de exportación en Canarias en el siglo XX, influyendo en la estructura socio-económica de las Islas. Si bien se encuentran referencias del cultivo del tomate en Canarias desde al menos 1850, no parece que tuviera un gran consumo en las islas, salvo en el caso de las clases más altas. Sin embargo, el tomate empezó a ser bastante popular en Gran Bretaña a finales del siglo XIX. Esto junto con la presencia británica en las islas, sobre todo empresarios de navieras, provocó el comienzo de la exportación del tomate desde Canarias.

Las exigencias de los mercados de destino, el Reino Unido y países del Centro y Norte de Europa marcaron el tipo de tomate que se plantaría en Canarias: liso re-

dondo de 40 a 60 mm de diámetro ecuatorial, el que se conocería luego como tomate canario. Estas exigencias del mercado, su lejanía de Canarias y la progresiva introducción de plagas y enfermedades han marcado la evolución varietal del tomate de exportación.

La primera variedad introducida fue la llamada "Perfección" introducida en 1885 en Gran Canaria y en 1887 en Tenerife por empresarios británicos establecidos en las islas. Desde principios del siglo XX se trabajaba con los cultivares "Ailsa Craig" o variedad Roja, "Eveshan Wonder" o variedad Blanca, "Príncipe de Gales", "Manzana Negra" o "Manzana de Palo" y "Cruce de Palo y Blanco". Las dos primeras se señalaban como más aptas para la exportación al mercado inglés y alemán. Los cultivares Príncipe de Gales y Manzana Negra, por su mayor tamaño, se destinaban a los mercados que pedían calibres más grandes (Suiza, Bélgica, Holanda, Francia, Alemania, Estados Unidos y norte de la Península). Esta estructura varietal se mantuvo sin cambios hasta los años 50 y 60.

En los años 60 comenzaron a utilizarse nuevos cultivares, como "Stonnors Exhibition", "All Round" y "Money

⁽¹⁾ Extractado del libro "Variedades Tradicionales de Tomate de Canarias" que se publicará en breve.

Maker" que dominaron el escenario hasta mediados de los años 70, con una menor presencia de variedades obtenidas en las islas, como "Especial de Fuerteventura". All Round y Money Maker se consideraban más aptos para cultivo en invernadero, mientras que Stonnors Exhibition se recomendaba también al aire libre.

Los cultivares utilizados hasta la mediados de los años 70, casi todos de polinización abierta, tendían a cruzarse tras una serie de años. En algunos casos, los agricultores usaban esos cruces, como el caso de Cruce de Palo y Blanca. Normalmente la semilla se importaba de Gran Bretaña y se podía propagar por los agricultores hasta 3 años, en que tenía que volverse a importar. Con esas multiplicaciones de los agricultores se ahorraban parte de los costes de producción (20000 pta/kg, precio de 1976).

El tomate empezó a ser bastante popular en Gran Bretaña a finales del siglo XIX. Esto junto con la presencia británica en las islas, provocó el comienzo de la exportación del tomate desde Canarias.

A finales de los años 70 se comenzaron a introducir híbridos comerciales con tolerancias genéticas a problemas fitosanitarios como solución a enfermedades como el virus del mosaico del tomate (TMV) o a los nemátodos, destacando "Meltine" con tolerancia a nemátodos, plantándose además otras como "Sonato", "Sobeto", "Estrella", "Diego", "Angela", "Restino", "Andra", "Bornia", que desbancaron a Money Maker o All Round. El uso de estos híbridos aumentó el precio de la semilla, además de no poder realizar semilla de 2ª multiplicación.

La lejanía de los mercados favoreció la introducción de las variedades tipo Larga Vida (Long Shelf Life, LSL) que poseían una mejor conservación en postcosecha genética, favoreciendo el transporte a larga distancia. En 1987 se comenzó a cultivar "Novy", con gen LSL, seguido de "Cristina" o "Victoria", "Lorena" o "Elena". Desde 1992, el cultivar Daniela, con genes de LSL, dominó el mercado de variedades en Canarias, sobre todo en Tenerife, estando en las campañas inmediatamente anteriores a la 1999-2000 en casi un 90% del total de lo plantado. Otra de las grandes ventajas de esta variedad, es su rusticidad, aunque no cumpliera exactamente las características del tomate canario, al tener forma ligeramente achatada y de cuello verde.

Otros cultivares con menor presencia fueron "Dominique", "Habana", "Thomas" y "Pitenza", los tres primeros con tolerancia a nemátodos, con producciones similares a Daniela y se presentaban como una alterna-



Anuncio venta de semilla. 1904. (Fuente: Fondo histórico Biblioteca Universidad de La Laguna)



tiva. Sin embargo, cuando estos cultivares comenzaban a ganar terreno a Daniela, la irrupción en Canarias del virus de la cuchara en el año 1999 cambió totalmente la estructura varietal, comenzándose a buscar cultivares tolerantes a esta enfermedad, una de las pocas formas de control efectiva. En Tenerife se reali-

zó el primer ensayo de este tipo de cultivares en 2000, probándose hasta la fecha 131 variedades en 11 ensayos para intentar buscar los que se adaptaran mejor a las condiciones de cultivo de Tenerife. Al ser estas nuevas variedades de nueva introducción, presentaron diversos problemas, entre los que destacan su menor vida y calidad en postcosecha y su menor rusticidad. En posteriores campañas se fueron ensayando nuevas obtenciones, incidiendo sobre todo en su calidad postcosecha, de las que destacaron "Bolulu" y "Doroty". En la campaña 2007-2008 estos dos cultivares supusieron dos tercios del mercado de semillas de tomate en Canarias. Algunos exportadores, sobre todo en Gran Canaria cultivan "Mariana". Por otra parte, algunos agricultores siguen plantando variedades no tolerantes, como "Dominique", "Thomas" o "Pitenza".

Una característica de la estructura varietal de tomate en Canarias, debido a la especialización en un tipo de tomate es la falta de producción de otros tipos: tomate en racimo, pera o cherry, que ocupan cada vez mayor parte de las demandas de los consumidores, que podría ser una de las razones de la pérdida de mercado de nuestra producción. Por otra parte, y también desde el punto varietal se podría haber protegido la denominación tomate canario o "Canary Tomato" para ayudar a tener un mercado diferenciado.

El tomate canario de exportación: algo más que una crisis pasajera

JOSÉ JUAN CÁCERES HERNÁNDEZ

Departamento de Economía de Las Instituciones, Estadística Económica y Econometría. Universidad de La Laguna

El binomio plátano-tomate ha protagonizado el papel de actor principal en la actividad agraria del archipiélago desde hace más de una centuria. Y el cultivo del tomate puede considerarse todavía como el segundo en importancia económica para Canarias si se atiende a su aportación a la producción final agrícola. Pero en la última década ha sufrido un importante retroceso y esa contribución se ha dividido casi por cuatro en el periodo indicado. La evolución reciente de la superficie de cultivo es un indicador inequívoco de esta tendencia recesiva y un buen barómetro de su rentabilidad. Las 4.500 ha de mediados de la década de 1990 han ido reduciéndose paulatinamente hasta situar la superficie cultivada por debajo de 1.500 ha. La recesión de los últimos años ha sido especialmente acentuada en los municipios con mayor presencia de pequeñas explotaciones, que sin embargo conviven con otras de dimensión mucho mayor y que están en mejor disposición para afrontar el periodo de dificultades que está dejándose sentir en actividades económicas de diversa índole. Ahora bien, el abandono de muchas parcelas de cultivo ha traído consigo un acusado descenso de las cifras de exportación.

En el último decenio el volumen exportado al mercado europeo se ha reducido a la tercera parte. Lo más preocupante es que esta disminución no puede atribuirse a la reducción de la demanda, sino que responde más bien a la sustitución de la oferta canaria por la de otras procedencias.

La Península y en menor medida Marruecos dominan ahora el mercado europeo en invierno. Además, la reducción de la participación canaria en el valor exportado es aún más acentuada, lo que significa que el producto canario ha perdido su tradicional diferenciación por calidad.

La presencia menguante en los mercados refleja una pérdida de competitividad a la que han contribuido factores exógenos, como el virus de la cuchara y la consiguiente reducción de rendimientos derivada de la sustitución de variedades ya adaptadas por otras nuevas, o la incidencia más reciente de la tuta absoluta. Pero la explicación más profunda debe buscarse en circunstancias de mercado. El incremento de la oferta extracomunitaria procedente de Marruecos y, sobre todo, de una exportación peninsular que abarca ya todos los meses del año, provocan la saturación del mercado. La estabilidad de la demanda significa pues un exceso de oferta que empuja las cotizaciones a descender con frecuencia por debajo de los límites de rentabilidad que determinan unos costes crecientes.

Aunque pueden existir diferencias notables en el rendimiento por unidad de superficie y en la intensidad en el uso de la mano de obra, los costes medios de los cultivos canarios son muy elevados. Los salarios por hora son incluso inferiores a los percibidos por los trabajadores peninsulares, pero la razón que justifica la desventaja canaria se encuentra en los menores rendimientos por unidad de superficie y por hora de trabajo. Por el contrario, la diferencia de salarios explica la ventaja competitiva de Marruecos. Por otra parte, los costes de comercialización hasta el punto de venta en destino ponen de manifiesto el devastador efecto competitivo derivado de la insularidad y la lejanía a los mercados.

A pesar de la organización centralizada del transporte marítimo, el flete y el seguro significan aún hoy uno de los principales ingredientes del coste total. En este sentido, existe una desventaja evidente con respecto a los productores peninsulares, que pueden recu-





rrir al transporte por carretera, menos costoso y más flexible para elegir destino en función de las circunstancias de mercado.

Pero además es necesario reflexionar sobre el comportamiento de las cotizaciones, sin duda relacionadas con la calidad del fruto y las estrategias comerciales en destino. La comparación de los precios de venta del mayorista con las cotizaciones registradas por los comités comerciales en destino de las asociaciones de exportadores, que representan los precios de venta del receptor al mayorista, refleja la existencia de un importante margen que no repercute en el productor canario y que en las últimas campañas puede cifrarse entre 30 y 50 céntimos de euro por kg. Estos precios de venta del receptor al mayorista no representan las cotizaciones correspondientes a todos los envíos canarios, que también tienen como clientes a los supermercados, pero sí ponen de manifiesto la inestabilidad de unas cotizaciones no siempre remuneradoras y con tendencia al estancamiento.

En la memoria científica del proyecto de investigación Análisis de costes, precios y competitividad en la agricultura canaria de exportación (PI2008/126, Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información), se ofrece una aproximación al margen de rentabilidad de una explotación tomatera para la campaña 2010/2011 cuya representatividad puede ponerse en duda, pero resulta bastante claro que la cotización media obtenida en la venta al mayorista (0,83 euros/kg) es insuficiente para cubrir los costes hasta ese punto (1,14 euros/kg). Es cierto que algunas explotaciones que han tecnificado sus invernaderos consiguen mejorar la calidad y obtener rendimientos más altos por unidad de superficie, pero la elevación de costes por hectárea no permite deducir que necesariamente traerá aparejada una reducción del coste de cultivo por unidad de producto. Por otra parte, estrategias de diferenciación del producto basadas en el empleo de métodos respetuosos con el medio ambiente y que proporcionen seguridad alimentaria pueden contribuir a mejorar las cotizaciones y, de

hecho, los productores preocupados en general por la calidad pueden obtener mejores precios; pero, aunque la calidad de la oferta es una condición necesaria, no garantiza la obtención de cotizaciones superiores a los costes de producción, empaquetado y comercialización. Así, la evolución de los ingresos y la dirección constante de crecimiento de las diferentes partidas de coste hacen cada vez más difícil que los beneficios obtenidos en las buenas campañas consigan compensar a medio o largo plazo las pérdidas correspondientes a las campañas menos rentables.

Las ayudas públicas, de ámbito nacional o comunitario, juegan un papel determinante para amortiguar e incluso eliminar en ocasiones los resultados negativos que, como consecuencia exclusiva de la participación en los mercados, se obtienen en muchos casos. Pero en las últimas campañas parecen apenas capaces de enjugar las pérdidas asociadas al desarrollo de la actividad. Para la campaña 2010/2011 el trabajo antes citado cifra tales ayudas en torno a 30 céntimos de euro por kg. Y además de los habituales retrasos en la percepción de las ayudas concedidas, los ajustes presupuestarios han restringido o impedido la aplicación de algunas de ellas y existen serias dudas sobre su mantenimiento en el futuro.

El panorama descrito contribuye a explicar el reajuste observado en la actividad exportadora de tomate en Canarias. Las dificultades cada vez mayores para cubrir los costes provocan la desaparición de las explotaciones marginales y permiten solo la supervivencia de aquéllas que pueden hacer frente a las inestabilidades en los precios o que consiguen ingresos remuneradores como consecuencia de su preocupación por la calidad y su capacidad de ajustar sus periodos de máxima producción a los de mejores cotizaciones en destino. Ahora bien, la reducción de los niveles de exportación ejerce una importante presión al alza sobre el coste del flete por unidad de producto exportado y esta presión ha alcanzado tal punto que cabe plantearse si el actual nivel de exportación de tomate no está ya demasiado cerca del

Límite para la subsistencia de la actividad con las estructuras comerciales tradicionales.

Una vez producido el reajuste, ¿es posible elaborar estrategias de comercialización que, con la dimensión previsible de la oferta, no impliquen una elevación del coste de transporte por kg que convierta la insularidad en una barrera infranqueable? Los agentes económicos que participan en esta actividad tendrán que buscar respuestas a estas y otras preguntas y tomar iniciativas encaminadas a mejorar desde dentro la rentabilidad. Las mejoras de calidad y productividad son elementos sobre los que pueden descansar las posibilidades de supervivencia en el futuro. Pero, ¿qué empresas tienen aún la capacidad de hacer las inversiones que requieren los avances tecnológicos? y ¿cómo superan las empresas que ya han acometido estas inversiones los graves problemas de endeudamiento en esta coyuntura de fuerte restricción del crédito?

Buena parte de la agricultura canaria posee un valor cultural y social que va más allá de lo económico.

Todas estas cuestiones subrayan que la subsistencia del cultivo está fuertemente condicionada por las ayudas públicas. Ahora bien, y aunque no sea una tarea sencilla, la consecución de la rentabilidad económica para los agricultores ha de sustentarse en los resultados de su propia actividad productiva, de modo que el necesario auxilio público no se convierta en un anestésico del espíritu empresarial. Al contrario, las ayudas



públicas pueden convertirse en un estímulo de tal espíritu si se orientan a potenciar selectivamente las explotaciones que, desde el punto de vista de la eficiencia económica, pueden terminar por convertirse en rentables. No se sugiere que deban eliminarse aquellas explotaciones que por su contribución al mantenimiento medioambiental y social de determinadas zonas, o por cualquier otra consideración política absolutamente legítima, se decida explícitamente que merece la pena que sobrevivan. De hecho, buena parte de la agricultura canaria posee un valor cultural y social que va más allá de lo económico. Pero sí conviene reflexionar sobre el tipo de ayuda necesaria en cada caso con objeto de evitar que las subvenciones contribuyan a sobredimensionar actividades que no tengan más salida que sobrevivir por medio del incremento continuo del importe de tales ayudas. En resumen, las inercias y los programas parciales dirigidos a paliar en el corto plazo los problemas urgentes de grupos de productores dedicados a un determinado cultivo no permiten divisar hacia dónde se camina. Conviene, por el contrario, explicitar qué se pretende del tomate y de la agricultura canaria y elaborar entonces planes de actuación dirigidos al logro de los objetivos previstos. El productor tomatero canario ha sido tradicionalmente un agente económico que ha sabido sobreponerse a un marco normativo desfavorable, pero en las circunstancias actuales necesita con urgencia conocer qué objetivos forman parte de la agenda agrícola de los gestores de la política regional, nacional y europea y qué agricultura desean mantener las respectivas sociedades.

La opinión del sector



Asociación provincial de cosecheros exportadores de tomate de Tenerife (ACETO)

Las enormes dificultades que encuentra el Sector Exportador de Tomates de Canarias para materializar las compensaciones que por su especificidad le corresponden tienen en buena medida su origen no solo en la dependencia de otros intereses de la UE -acuerdos comerciales con terceros países - sino en los intereses de otras zonas productoras de ámbito nacional e incluso comunitario. Esto se traduce en unas incomprensibles diferencias en la dotación presupuestaria de las ayudas dirigidas al sector que desarrolla su actividad en el mismo entorno adverso que el resto del sector primario en las islas, resultando las ayudas existentes imprescindibles para el mantenimiento de la actividad.



Finca PuntaGorda S.L. es una empresa familiar dedicada desde 1990 a la producción, envasado y comercialización de frutas y hortalizas. Ubicada en el Valle de Güímar y en distintas zonas de la isla de Tenerife y de El Hierro, que cuentan con una moderna tecnología, garantizando altos niveles de calidad, trazabilidad y, por tanto, seguridad alimentaria.

“El consumidor quiere producto con garantías y fresco. Esa es nuestra ventaja, por ser una empresa agrícola y local”

■ ESTEFANÍA DASWANI BORGES
CABILDO DE TENERIFE

Entrevistamos al director gerente de la empresa Finca Punta Gorda S.L., Sergio Ramos Rodríguez.

¿Qué aspectos destacaría de la trayectoria de la empresa?

Finca Puntagorda nace en 1993 como una iniciativa empresarial de carácter familiar y agrícola, liderada por Carlos Díaz. En sus comienzos estaba orientada a la producción de col roja, lechuga Batavia y pimientos de Padrón en la zona de origen de su promotor, natural de Güímar. En esos momentos se operaba como una comunidad de bienes, realizándose la venta a través de un puesto en Mercatenerife regentado de D. Eduardo Díaz. Es precisamente el lugar de procedencia de D. Eduardo Díaz, Puntagorda, en la isla de La Palma, de donde proviene el nombre comercial de la finca.

En esos años se inició la venta a distintos clientes de grandes superficies, con altos requisitos en cuanto a estándares de calidad, pero fue McDonald el cliente de referencia más importante, pues sus estándares de calidad estaban a mucha distancia de la competencia, permitiendo además introducir la lechuga “americana” entre los cultivos de la explotación.

Por otra parte, la relación existente entre Finca Pun-

tagorda y Mercadona viene de lejos. En 1993, Finca Puntagorda se convierte en proveedor de hortalizas, debido a la importancia asignada a la calidad y al suministro local de mercancías en los establecimientos de la citada cadena en Canarias. En 2001, Finca Puntagorda pasa a ser interproveedor, figura que se constituye como un modelo de éxito en el que la relación existente se caracteriza por una vinculación muy estrecha, que permite mantener el precio más competitivo posible junto con una relación de largo plazo.

¿Cuáles son las principales referencias de la empresa?

Finca Puntagorda provee hoy en día 31 referencias en hortalizas frescas, como calabacines, lechugas, puerros, calabazas, coles y un largo etcétera. Y es la única empresa de capital 100% canario con una vinculación de esta categoría, forjada con los altos parámetros de calidad exigidos por Mercadona y permitiendo el desarrollo desde una pequeña agricultura hortícola a otra de mayores volúmenes, solo comparables con sectores primarios de exportación como el plátano. En la actualidad la empresa genera 105 empleos directos y otros 50 indirectos, con una perspectiva de crecimiento continuo en el número total de trabajadores.

¿Cuál es la vinculación existente entre Finca Puntagorda, Mesturados Canarios y Verdifresh?

En 2008 nace Mesturados Canarios, empresa participada al 50% por Finca Puntagorda y Verdifresh, el proveedor de cuarta gama peninsular. Hasta ese mo-



mento, los productos de cuarta gama se traían de la península, lo cual no era positivo para nadie. Para el consumidor porque pagaba más caro y obtenía un producto de peor calidad, con altos costes de transporte y de cadena logística que, inevitablemente, pese a ser transporte aéreo, es más larga que la producción local. La agricultura local, pues, perdía un canal de venta de productos donde la calidad y frescura son vitales.

Hoy Mesturados Canarios tiene una gestión propia e independiente. Finca Puntagorda es accionista y es proveedor. Pero no es el único proveedor, en absoluto, lo que no solo es bueno para nosotros, sino para el sector agrario de Canarias que puede proveer un producto que antes se traía de fuera y además crece con mucho éxito, a pesar del contexto actual de crisis.

En cuanto a la diversificación de la cartera de clientes, ¿considera que existe alguna desventaja en el hecho de tener un único cliente?

Mercadona es nuestro único cliente. ¿Ventajas, desventajas? Nosotros solo vemos ventajas. Mercadona no es un cliente más, es un modelo de éxito, el referente en el sector de la distribución y la única empresa retailer que entiende como nosotros que para dar la máxima satisfacción al cliente hay que involucrarse en toda la cadena del proceso. Desde ese punto de vista, no podemos estar más satisfechos y considerarnos afortunados de ser interproveedores de Mercadona.

Hasta ese momento, los productos de cuarta gama se traían de la península, lo cual no era positivo para nadie.

¿Cuál es su visión respecto a la situación actual del sector agrario?

El sector agrario está en general muy atomizado. Hay muchos operadores pequeños que tienen inconvenientes en economías de escala, pero ventajas en cuanto a costes fijos. Además hay exceso de oferta, lo cual es muy negativo en un producto, como el nuestro, que por ser de demanda rígida, produce enormes oscilaciones de precios, lo que erosiona la capacidad del propio agricultor para gestionarse y ser rentable. Realmente es un mercado asimétrico y muy duro para todos.

Y en un contexto como el actual, ¿cómo valora la necesidad de cooperación en el sector, de mejorar su grado de integración?

Es necesario. Tenemos más cosas en común que defender con nuestro sector, y hay que hacerlo juntos. Como hablábamos más arriba, estamos en un mercado asimétrico donde los productores tienen poco peso. El hecho de no estar unidos no es positivo para nadie.



En relación al papel que se concede a la innovación en la planificación de la empresa. ¿qué aspectos innovadores se han incorporado o piensan incorporar?

En un sector como el agrario, innovar puede parecer una quimera, pero es necesario hacerlo y sobre todo en la búsqueda de mejoras competitivas y reducción de costes. En ese sentido, analizamos constantemente sistemas de cultivos nuevos, que en su mayoría se desechan, pero nos aportan ideas. Uno de los que ha pasado la fase de análisis y que lo tenemos actualmente en campo, es el sistema hidropónico de cultivo de hoja. Nos está yendo muy bien. El objetivo es aumentar la rotación del suelo y evitar la plagas. En este sentido está siendo muy productivo y aporta muchas ideas sobre la importancia de cuidar el suelo como recurso básico en nuestro medio.

¿Qué valoración le merece la incorporación de una línea de producción ecológica?

Cuando a un consumidor le preguntas si quiere un producto 100% ecológico todos dicen que lo prefieren. Es obvio. Pero cuando a un consumidor le pones un producto a 1.10 euros y otro ecológico a 1.80, la decisión ya no es la misma. Todos queremos producir de forma ecológica, y esa debe ser una meta final, pero en el día a día, hoy no es posible para empresas de nuestro volumen. Aun así, el fin último de producción ecológica está en nuestros genes y nos permite pensar en metas intermedias, como hemos visto en el punto anterior, en el que el cultivo hidropónico, precisamente tiene la ventaja de evitar productos fitosanitarios para las plagas del suelo.

¿Cuál es el perfil del personal que forma parte de la empresa?

La mayor parte de nuestro personal posee cualificación y/o experiencia en el ámbito agrario, con cierta especialización en función de las tareas a desempeñar: tractoristas, deshierbadores, recolectores, regantes, labores culturales etc.... Además de un equipo de técnicos y personal de administración lógicamente.

¿Qué tendencias observa desde el punto de la producción y del consumo agroalimentario? ¿Podría hacernos una valoración sobre la importancia que concede el consumidor a la proximidad del lugar de producción respecto a su lugar de residencia?

Lo más importante que hay que tener claro es que el consumidor quiere producto todo el año, con independencia de que sea o no la temporada de dicho producto. Lo siguiente es que lo quiere con garantías, y en este sentido ser un producto fresco significa ser un producto local, y esa es nuestra ventaja al ser una empresa agrícola y local. Además hay un fondo de crecimiento de productos elaborados, en el que la cuarta gama es nuestra apuesta y referente. Y en primera gama, lo más significativo con las diferencias insulares en algunos productos que tienen más éxito en unas islas que en otras. Los productos más diferentes por islas, son por ejemplo las lechugas romana, batavia e iceberg, el bubango, o los diferentes tipos de pepino.

Más  www.fincapuntagorda.es

EXPERIENCIAS

ANDRÉS HERNÁNDEZ ESTÉVEZ.
PROFESIONAL DEL SECTOR AGRARIO
EN EL SUR DE TENERIFE

Una apuesta por la diversificación y la producción local

SOLEDAD AMADOR MARTÍN
CÁNDIDA GONZÁLEZ RAMOS
Cabildo de Tenerife

Andrés Hernández Estévez es un agricultor profesional de 39 años natural de Arico, que vive de y para la agricultura. Su actividad está orientada a la producción, la comercialización y la distribución de productos agrarios frescos y de calidad, en aras de reducir al máximo la cadena de distribución y el número de intermediarios, siendo el grado de innovación un elemento fundamental en su desarrollo empresarial.

Desde muy joven ha estado vinculado al sector agrario, llevando a cabo labores de campo y vendiendo la producción propia a través de Mercatenerife. Con el paso de los años y a base de trabajo y tenacidad se ha especializado en el sector hortícola. Esta actividad la desarrolla a través de la empresa familiar Río Sur SL en más de 60 hectáreas en el sur de Tenerife, siendo el municipio de Arico en el que concentra una mayor superficie, dedicando al cultivo de hortalizas unas 25 hectáreas bajo invernadero y otras 25 hectáreas al aire libre. A pesar de la situación actual de crisis, la demanda de mano de obra cada año en esta empresa



En su afán por diversificar, ha introducido la actividad ganadera, enfocada al ganado vacuno de engorde obteniendo el estiércol necesario para fertilizar los suelos

se incrementa por la incorporación de nueva superficie cultivada, dando actualmente empleo a más de 50 trabajadores, de los cuales aproximadamente un 20% son mujeres.

En su afán por diversificar y buscar el mayor rendimiento agrícola por metro cuadrado, desde hace unos años, ha introducido como complemento la actividad ganadera, enfocada al ganado vacuno de engorde. De ésta obtiene estiércol, que es un insumo necesario para mantener la fertilidad de los suelos y el buen desarrollo de los cultivos, al tiempo que le permite desarrollar una actividad empresarial paralela, con la venta directa de carne en dos carnicerías propias ubicadas en La Camella (Arona) y en Taco (La Laguna). Ello le permite conseguir reducir aún más los costes y obtener un producto competitivo en el mercado.

La apuesta por la diversificación es un hecho, ya que para este profesional del sector agrario "el mono-



cultivo sería el fin". De esta manera, comercializa un mínimo de siete productos todo el año tales como pimientos, calabacines, berenjenas, calabazas y sandías, destacando como característica principal de todos ellos su frescura, aspecto altamente demandado y valorado por sus clientes. Pero no se olvida del mercado actual, del cual es consciente que "está sujeto a situaciones de cambio continuo" y al que procura adaptarse dejando un margen para la innovación en otros cultivos y buscando las oportunidades que ofrecen las nuevas demandas del consumidor.

En el ámbito de la comercialización, persigue para sus productos una cadena con el menor número de intermediarios posibles. En este aspecto, el tiempo que transcurre entre la recolección y el punto de venta no excede de 24-48 horas, por lo que sus clientes, grandes supermercados y distribuidores de hoteles, tienen la seguridad de recibir un producto de origen local y fresco. En este sentido, apuesta claramente por la calidad y la frescura de sus productos para cumplir con la demanda de sus clientes, para lo que planifica con rigurosidad sus cultivos y descarta categóricamente la posibilidad de importar productos hortícolas para cumplir con dicha demanda.

La visión de este empresario no obvia que el futuro

Andrés Hernández apuesta por la calidad y la frescura de sus productos para cumplir con la demanda de sus clientes, planificando con rigurosidad sus cultivos y descartando la posibilidad de importar productos hortícolas para cumplir la demanda.

del campo en Tenerife pasa por regular las importaciones hortícolas. "El producto de fuera es más barato por las características del suelo de procedencia, son grandes superficies que pueden trabajar con grandes máquinas y así reducir mucho los costes, pero que aquí en nuestra tierra, con las características del suelo que tenemos no podemos competir a iguales condiciones, por ello hay que buscar mecanismos de regulación que nos hagan igual de competitivos en precio, porque en frescura ganamos".

La actitud sin duda ha marcado el éxito de la trayectoria empresarial de Andrés: el esfuerzo y la convicción de que este tipo de agricultura es posible, también como forma de vida, reinvertiendo para satisfacer un derecho básico de la población como es la alimentación y apostando por la producción local y de calidad, son algunas de sus claves.

Tradición hortícola en el sur de Tenerife



■ **MARÍA JOSÉ GARCÍA CORREA.** CABILDO DE TENERIFE
CARLOS DÍAZ GONZÁLEZ. CABILDO DE TENERIFE

Don José Antonio González González, conocido como Pepe, tiene 74 años y sigue vinculado actualmente a la agricultura. Esta relación la comienza trabajando para una casa de productos fitosanitarios; es en este momento cuando se vincula a Extensión Agraria en Granadilla y comienza a realizar ensayos y demostraciones a los agricultores de la zona, hasta que en 1969 empieza como agricultor.

Nos sorprende cómo recuerda nombres y fechas, hitos o eventos importantes en su trayectoria. “Cuando llegó el Canal del Sur en 1945, llegó la vida al sur. Luego la gente canalizó esa agua hasta los cultivos, empezaron todos a plantar llevando el agua a sus fincas”.

La fundación de la Cooperativa de San Isidro en 1955 fue un hecho relevante, ya que por aquella época no existían empaquetados. Se llamaba Cooperativa Agrícola de San Luis y estaba ubicada en San Isidro. Contaba inicialmente con 15 socios y su creación respondía a la necesidad de comercializar las papas en el extranjero. El mercado interior era muy pequeño, ya que todo el mundo tenía sus huertas plantadas, así que había que dar salida a los productos en el exterior. A través de unos receptores en Inglaterra (representantes de la Cooperativa en el país extranjero) se colocaban los productos: principalmente papas, pimientos y tomates. Recuerda cariñosamente cómo se exportaban los sacos de papas al mercado inglés con variedades como la King Edward.

No había otra opción laboral en el sur en aquella época. Recuerda lo que eran Los Cristianos y Las Américas en 1961: no había nada construido, esas zonas estaban también plantadas de tomates. Fue a finales de

los años 70 cuando comenzó a despuntar el turismo en el sur, y con él, a haber otras oportunidades laborales fuera de la agricultura.

El pimiento ha sido el principal producto de la Cooperativa de San Isidro. La campaña comenzaba en noviembre, se dejaba que madurara y en diciembre cogía

“Cuando llegó el Canal del Sur en 1945, llegó la vida al sur. Luego la gente canalizó esa agua hasta los cultivos, empezaron todos a plantar llevando el agua a sus fincas”.

su máxima cotización. Fundamentalmente se cultivaba el pimiento tipo Lamuyo para su exportación a Europa, pero luego con la entrada de los nuevos plagas y enfermedades se tuvieron que introducir en nuestras plantaciones del sur de la isla variedades que presentaran resistencia a los virus, apareciendo variedades como Gedeón F1 que presentaban resistencia al virus TMV que era del pimiento tipo California, desplazando a variedades cultivadas hasta entonces como la Yolo Wonder.

Por aquel entonces, Don José recuerda que “pagaban el kg. de pimientos a 500 pesetas, de las que entregábamos 400 a los agricultores y el resto para la Cooperativa. También era muy importante la presencia de las mujeres en la cooperativa, en labores de recolección y empaquetado, pagándose el seguro en conjunto con el resto de las cooperativas porque salía más barato”.

La Huelga General de 1988 en plena recolección de pimientos es también mencionada por Don José. “Todos los trabajadores fueron a la huelga y los socios de la Cooperativa tuvimos que trabajar junto con nuestras mujeres en nuestras fincas de día en la recolección de



pimientos y por las noches en el empaquetado para sacar adelante los pedidos a nuestros clientes que teníamos en Europa”.

Situación actual

Actualmente la Cooperativa de San Miguel está constituida 1.000 socios, de los cuales sólo un centenar entregan sus productos aquí. Emplean a 9 trabajadores y siguen luchando para no seguir el camino de otras cooperativas que han cerrado o que están a punto de hacerlo.

Ahora todo lo que sale de la Cooperativa va a Mercocanarias comercializado a través de la empresa Gestión del Mundo Rural (GMR), destinado únicamente al mercado interior. Sonríe cuando entramos a valorar la situación actual: “somos ahora nosotros los que comemos tomates de Marruecos, somos para estas gentes lo que fue Inglaterra para nosotros en aquella época”.

“Somos ahora nosotros los que comemos tomates de Marruecos, somos para estas gentes lo que fue Inglaterra para nosotros en aquella época”.



Después de perder sus invernaderos con la tormenta tropical Delta en el año 2005, ha dejado de producir mucho volumen. Sólo siembra calabacines, pimientos de padrón, calabazas, berenjenas, pimientos y alguna otra hortaliza. Eso sí, reconvirtiéndolo su forma de producir a la producción integrada. Tantos años vinculado al sector de los fitosanitarios le han enseñado mucho, haciéndole reflexionar sobre sus abusos.

Con respecto al futuro del sector, ve a la gente con desgana, las fincas abandonadas, “la gente ahora mis-

mo no vendrá del ladrillo al campo porque tampoco ven futuro en la agricultura. No se puede trabajar en un sector en el que Mercocanarias exige kilos y plazos pero no dice al precio que lo van a pagar: es impensable en cualquier negocio que ocurra esto. Debe haber fórmulas que permitan que haya futuro en el campo de Canarias y hay que ser positivo y pensar que esta tormenta pasará. Como antaño, cuando venían vientos fuertes que se llevaban las papas los mayores decían “ahí viene McKay” que era el inglés que venía a llevarse las papas”.

D. Ángel Amaro González y
Dña. Francisca Hernández Zamora,
Premios Tenerife Rural a
la "Conservación de la Biodiversidad
Agraria y Mantenimiento de
Prácticas Agrarias Tradicionales"
en su quinta edición.



Don Ángel y doña Frasca, reconocido tándem de tradición agrícola y ganadera en La Orotava

CARMEN PILAR MARTÍN GONZÁLEZ

(Cabildo de Tenerife)

FUNDACIÓN TENERIFE RURAL

Desde su más tierna infancia, estos dos vecinos de la Villa de La Orotava, tuvieron claro que la tierra y sus frutos iban a conformar el eje principal que timonease sus vidas y se aplicaron como máxima comenzar las faenas desde las primeras luces del amanecer, sin apenas conocimiento de la vida, para terminar exhaustos cuando el sol se escondía y así, día tras día.

Ángel, conocido con el sobrenombre de "El Sardina", nació en la zona de Hacienda Perdida y luego su familia

Pareja sencilla e infatigable, ha conservado hasta hoy diversas prácticas agrícolas actualmente extintas en muchas zonas rurales del Valle de La Orotava.

se trasladó a la zona de El Sauce, en La Orotava. Antaño trabajó conduciendo un camión en los empaquetados de plátanos del Valle. En esa época se dedicaba además, a diversas actividades agrícolas y ganaderas, como la cría de vacas y becerros para su venta y atendía los viñedos de fincas en la zona de "La Abejera", en las cercanías del Camino Real de "La Sierra". Por su relación con la viticultura, comenzó a interesarse por la elaboración de vinos, que posteriormente vendía en La Cruz de La Cebolla, en el bodegón "Los Sardinas", apodo de su familia.

Por su parte, Francisca, más conocida por Frasca, nació en la zona de Los Trazos y al igual que su marido, estuvo relacionada con la actividad agrícola a edad temprana. En su juventud ejerció de cocinera.

Desde que ambos se casaron, han participado en todas las labores agrícolas y ganaderas. Criaron a sus tres hijos y con una vida no exenta de dificultades, esta pareja, sencilla e infatigable, ha conservado hasta hoy diver-



sas prácticas agrícolas actualmente extintas en muchas zonas rurales del Valle de La Orotava. Para Ángel, Frasca ha sido su punto de apoyo a lo largo de su vida, quien le ha secundado en todos sus proyectos.

En la actualidad sustentan su dedicación a la agricultura en la zona de Mamio (Aguamansa) y en La Abejera, conservando numerosas prácticas y formas de cultivo tradicionales, entre las que destacan, el cuidado de diversas especies de frutales de variedades locales como perales, manzaneros y ciruelos "de los blancos y de los menudos", perales de agua, de manteca y el de hormiga, castaños como el arafero o el donoso. Realizan la rotación de cultivo propia de la zona donde alternan la siembra de papas con la de centeno. Otra de las labores predominantes es la producción de centeno destinada a las cubiertas de los pajares, siguiendo un proceso ancestral, que consiste en arrancar de la tierra los tallos de cereal. Además, producen hortalizas como calabazas y bubangos. Abonan los terrenos con estiércol de pinocho que ellos mismos recogen en las zonas de aprovechamiento vecinal. Y, aún hoy, atienden algunos viñedos y elaboran vino. Sus vidas están marcadas por los ciclos de cultivo, por las siembras y las recolecciones, por una agricultura sostenible y en equilibrio constante con el medio ambiente. Esta forma de concebir el trabajo les ha hecho expertos en la materia y su conocimiento sobre las distintas variedades locales de interés agrícola cultivadas en la zona de La Orotava es amplísimo, pudiendo ofre-

Sus vidas están marcadas por los ciclos de cultivo, por las siembras y las recolecciones, por una agricultura sostenible y en equilibrio constante con el medio ambiente.

cer información sobre las distintas variedades de papas que se podían encontrar en el lugar: la ojo de perdiz, la negra, la bonita colorada, la moruna, que comentan "se traía de El Escobonal por Izaña", o las bonitas, variedad que siguen cultivando hoy en día con semilla que conservan desde hace más de cuarenta años.

Por esta encomiable trayectoria y por ser un ejemplo para nuestros jóvenes, precisamente en estos momentos que propician el retorno a la agricultura, el Excmo. Ayuntamiento de la Villa de La Orotava ha valorado el interés mostrado por conservar las variedades agrícolas tradicionales, el gran conocimiento demostrado que poseen de los cultivos y las prácticas asociadas a los mismos, siendo a día de hoy todo un referente en las prácticas tradicionales de los cultivos, las distintas variedades de los mismos y el modo de vida existente en el pasado en el Valle de La Orotava, por todo ello dicha corporación ha considerado proponerlos candidatos a los Premios Tenerife Rural en su quinta edición y es por lo que han sido galardonados en la modalidad de "Conservación de la Biodiversidad Agraria y Mantenimiento de Prácticas Agrarias Tradicionales". Enhorabuena.



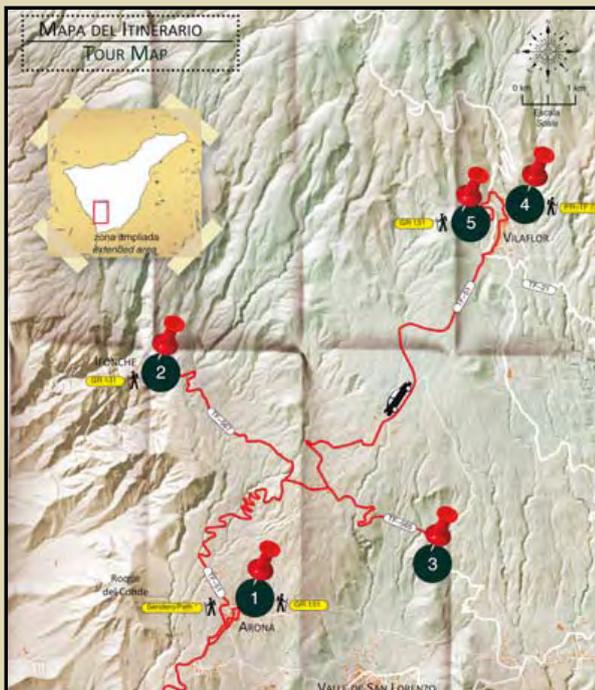
Caminando Arona-Vilaflor de Chasna: Naturaleza, agricultura e historia

FUNDACIÓN TENERIFE RURAL

La Fundación Tenerife Rural ha presentado recientemente una iniciativa orientada al conocimiento y el disfrute de los rincones más característicos del entorno rural de Tenerife, a través de una serie de paseos autoguiados por diferentes zonas de la isla. Se trata de las "Rutas Tenerife Rural", que se presentan en variados formatos (topoguías impresas en papel, página web, aplicación para dispositivos móviles, audioguías y videos) que comprenden, además de la descripción detallada sobre la ruta, información complementaria sobre alojamientos para pernoctar o para comer, otros establecimientos vinculados con la producción y las tradiciones locales, así como puntos de interés caracterizados por poseer importantes valores patrimoniales, paisajísticos y etnográficos.

A través de la ruta que proponemos, Arona-Vilaflor, la Fundación Tenerife Rural nos invita a recorrer parte de estos dos municipios, brindándonos la posibilidad de conocer bellos rincones de las zonas de medianías y cumbres del sur de Tenerife donde confluyen naturaleza, agricultura e historia. Arona y Vilaflor son dos localidades que comparten espacios de gran belleza, colmados de paisajes de contrastes, donde abundan caseríos y caminos reales junto a antiguos roques, montañas y barrancos. El verde del pinar se mezcla aquí con almendros, viñas y otros frutales. Los antiguos caseríos, las eras, los hornos, las huertas abancaladas en las laderas de las montañas etc., constituyen una muestra del peso e importancia que la agricultura ha tenido en la zona y reflejan el tradicional modo de vida campesino.

La primera parada propuesta es el centro histórico de Arona, declarado Bien de Interés Cultural, donde se tendrá la oportunidad de recorrer sus calles,



■ RUTA VILAFLOR-ARONA

Recorrido de gran belleza

Duración estimada: 2 horas, 32 minutos

Duración estimada trayectos en coche: 47 minutos

Distancia aproximada a recorrer en coche: 36,96 km.

Paradas: Centro Histórico de Arona

Ifonche

Caserío de Las Casas Altas

Vilaflor

Mirador de San Roque

Otros puntos de interés:

Caserío de La Fuente

Roque del Conde

Paraje Natural de Pino Gordo

Dónde dormir:

Hotel Spa Villalba

Casa Rural Tamaide

disfrutar de la tranquilidad de sus jardines y plazas y admirar sus edificaciones, fieles muestras de la arquitectura tradicional canaria de las medianías del sur de Tenerife. En las cercanías del casco encontraremos parte de caminos reales, como el que unía Arona y Vilaflor, que aún conservan tramos empedrados, y restos de antiguas construcciones rurales como caseríos, banales y hornos, reflejo del modo de vida tradicional de la zona. De este punto se podrá llegar hasta Ifonche, un Espacio Natural Protegido de gran belleza, donde se podrá descubrir un paisaje rural de caseríos y cultivos abancalados, rodeado de un entorno verde y enmarcado por barrancos, montes de pinar y roques como el de Imoque o el de Los Brezos. A continuación se llegará hasta El Caserío de Las Casas Altas, localizado en Jama, una excelente muestra de la arquitectura típica canaria propia de las medianías del sur de la isla. Declarado Bien de Interés Cultural, permite descubrir un espacio de gran belleza en el que destacan numerosas construcciones campesinas tradicionales. De este punto se podrá partir hasta Vilaflor de Chasna, el municipio más alto de España, localizado en un espacio rodeado de frondosa naturaleza, entre montañas y barrancos. Sus calles y plazas conservan el encanto de épocas pasadas. En la visita se descubren espacios y espectáculos naturales de gran belleza, como el que ofrece la floración de sus almendros en los meses invernales de enero y febrero, se podrá contemplar valiosas muestras de la arquitectura civil y religiosa, muchas de los siglos XVI y XVII, y disfrutar

de la tranquilidad y del aire limpio de las cumbres de Tenerife. Para terminar la visita, proponemos El Mirador de San Roque, localizado en una colina en las cercanías del centro urbano de Vilaflor. Desde él se contemplan vistas panorámicas del centro histórico y de todo el valle en el que se localiza el municipio.

Las Rutas Tenerife Rural están indicadas para todo tipo de público, tanto local como visitante, y constituyen una excelente oportunidad para recorrer los mejores paisajes rurales de Tenerife, así como los establecimientos adheridos a la Red de Calidad Tenerife Rural, para conocer la esencia de estos enclaves, contribuir a su mantenimiento, su puesta en valor y por tanto, una manera de apostar por su desarrollo económico y social, nos permitirán conocer nuestra isla a través de una mirada distinta, alejada de los circuitos turísticos convencionales, y disfrutar de sus tradiciones más arraigadas, del encanto de sus paisajes, de su original arquitectura rural y del aprecio por los frutos de esta bella tierra volcánica.



Más  > www.rutasteneriferural.org

El festival rural de creación “Las Eras de El Tablero” modelo de sensibilización, formación y educación en el paisaje

MIGUEL ÁNGEL MEJÍAS VERA

Doctor en Geografía.

Departamento de Geografía ULL

ANA BEATRIZ ALONSO ARRIBAS

Lcda. Ciencias de la Información.

Directora compañía I+D Danza.

El Festival Rural de Creación “Las Eras de El Tablero” ha cumplido su tercera edición. Este festival galardonado con el premio de Paisaje de la Isla de Tenerife en 2010 en la modalidad de buenas prácticas en materia de paisaje sigue manteniendo intactos los objetivos de ese primer año: crear un espacio de comunicación entre mayores y jóvenes para transmitir los valores rurales a las nuevas generaciones, reinterpretándolos a través de creaciones artísticas.

La heterogeneidad, riqueza y diversidad de este paisaje actual es la suma acumulada de acciones a través del tiempo. Desde el paleopaisaje de carácter agrario que se observa en todos sus espacios, hasta los procesos de ordenación ortogonal de algunas pequeñas urbanizaciones. Este proceso, que se ve como una amenaza de transformación de lo rural a urbano, y por tanto, una pérdida de los valores culturales y sus señas de identidad, debería verse como una oportunidad en el que puede re-construirse un paisaje de convivencia entre lo urbano y lo rural. Este proceso no es un fenómeno exclusivo de El Tablero (Santa Cruz de Tenerife), sino que es común a todo el espacio cultural de la isla de Tenerife, donde la homogenei-

zación del paisaje está haciendo perder la diferencia entre el barlovento y el sotavento, la costa de la medianía, la ciudad del pueblo, especialmente en lo que respectan sus modelos de urbanización, tipologías de edificación, caminos, muros, texturas, colores, formas, materiales, orientaciones o zonas de ocupación.

El Festival rural de Creación “Las Eras de El Tablero” se ha convertido en un foro crítico de discusión y reflexión entre lo urbano y lo rural a través de su seminario. Desde la primera edición en la que se planteó su condición de pueblo o barrio, pasando por una segunda edición en la que sus valores históricos son la clave de su desarrollo, y concluyendo en esta última edición, en la que planteamos sí la crisis actual podría ser una oportunidad para la agricultura de El Tablero. Estas hipótesis son aplicables a muchos lugares de similares características de Tenerife. Este planteamiento se sustenta en que la no consolidación del suelo urbanizable permite poner en marcha iniciativas dirigidas a la reactivación de la agricultura, especialmente la de cultivos frescos, característica de El Tablero. El desempleo y el umbral de la pobreza son indicadores que estamos oyendo, leyendo y observando constantemente. La reactivación indicada está siendo provocada por dramas sociales que esconden esos indicadores. La disponibilidad de terrenos para la actividad agrícola se convierte en



una garantía de minorar los efectos de crisis. La producción de alimentos básicos para el consumo familiar y para venta a pequeña escala reduce el gasto familiar en algunos productos básicos y generan algunas rentas, pero también recuperan el espacio productivo agrario, por tanto reconstruyen el paisaje del lugar. Por tanto, los procesos de urbanización y de reserva de suelo urbanizable que caracteriza nuestro modelo de ordenación territorial actual, que utiliza el zoning expansivo especialmente diseñado sobre el suelo rústico productivo, ahora, no tiene sentido. La producción de alimentos es estratégica, por tanto el suelo rustico agrario es fundamental. Cobra sentido así el valor de lo rural y el modelo de desarrollo a partir de umbrales de las tesis sostenibilistas. Solo desde la observación, el diálogo, la reflexión y la investigación, es decir, desde el conocimiento del lugar, es lo que nos permite planificar con orden.

El Festival Rural de Creación “Las Eras de El Tablero” ha creado nuevo patrimonio. Fruto del trabajo de tres años y la celebración de tres ediciones. El discurso de El Tablero mantiene su posición crítica a los

cambios indiscriminados (especialmente en el campo de la ordenación del territorio) pero creando y proponiendo un nuevo modelo de convivencia, dónde lo agrario, fundamentalmente, junto a lo ganadero siga teniendo su espacio primordial, donde lo urbano consolidado mejore, en cuanto a su aspecto formal, elección de colores, texturas y volúmenes. Para ello, creo firmemente que, seguir las normas del Plan Territorial Especial de Ordenación del Paisaje de la Isla de Tenerife es crucial. En esta línea se desarrollan las acciones de murales y fachadas, donde la dialéctica de la visibilidad o invisibilidad de las edificaciones subyace. Nuria Meseguer, Maloli Mardones, Roberto Perdomo, Pedro Trujillo son sus creadores. Piezas escultóricas como símbolos de transformación de los espacios agrarios olvidados. Toni Tomás o Carmen León, sus creadores. Las instalaciones como canto al futuro desde el pasado. Felipe Díaz, su creador. Danza en lugares imposibles, tierra y piedra como soporte. Pepa Sanz y Ana Beatriz Alonso. Sus creadoras. El Festival Rural, El Tablero, sus personajes, sus gentes, una idea, un camino, una elección centra el audiovisual "Espejos". Alberto de Armas y Moisés González sus creadores. El Tablero ya no muestra solo patrimonio agrario o urbano, sino que ofrece arte de hoy, creado a partir del El Tablero y para El Tablero.

El Festival Rural de Creación "Las Eras de El Tablero" se hace en espacios privados. A través de la colaboración de propietarios, hemos limpiado y acondicionado dos eras de las veintidós catalogadas. Se ha diseñado un itinerario, la "Ruta del Festival", que enhebra los diferentes espacios recorriendo los paisajes que representan El Tablero. El Centro Cultural Tamaragua, privado, y creado en los años 70 del siglo pasado,



junto al espacio de la Asociación de Vecinos, una antigua unidad escolar de cuatro aulas, centran los espacios cubiertos del festival. "La Huerta de Otilio", "La Huerta de Lázaro", "La Huerta de Rosario Vera", "La Huerta de Juan Francisco", "El Tanque atravesado por una calle sin salida", "El Solar de Eulogio", junto al entramado de calles y caminos acompañados por los diferentes tipos edificaciones e infraestructuras muestran este carácter ecléctico de este espacio para urbano en transformación.

El Festival Rural de Creación "Las Eras de El Tablero" es una iniciativa popular, puesta en marcha a través de la Asociación de Vecinos de El Tablero, dirigida por La Pimentera, acción creativa y apoyada por voluntarios, colaboradores, creadores, técnicos y científicos que a través de su trabajo para el festival lo hacen posible. Es una iniciativa popular. Los gastos que genera realizar estas acciones tratan de ser cubiertas a través de la colaboración en forma de cenas, rifas, bonos voluntarios, camisetas, broches, llaveros creados para el festival. Pero también minimizando el gasto a través de las aportaciones que los vecinos que donan o prestan, mobiliario, equipos técnicos, bizcochones, verduras, hierbas, higos picos, etc., y sobre todo trabajo. La colaboración de los bares y restaurantes cubren menús

para los participantes. Por tanto, una primera línea de financiación del festival es solidaria. Esto provoca dos efectos: en primer lugar, ayuda a disminuir los gastos, pero, sobre todo contribuye al trabajo colectivo y acercarnos más a la gente del pueblo al que va dirigido. La segunda línea de financiación se obtiene a través de proyectos dirigidos a las diferentes administraciones mediante líneas o concursos abiertas para ello. En cualquier caso, sabemos que la perdurabilidad del festival se sustenta en la primera línea, la segunda puede fluctuar sin que repercuta en el mantenimiento del festival.

El Festival Rural de Creación "Las Eras de El Tablero" sigue siendo un encuentro de sensibilización, formación y educación en materia de paisaje. Para El Tablero creemos que su proyecto de desarrollo territorial debe estar basado en la estructura rural que sustenta su paisaje, pero serán sus habitantes los que tienen que decidir cómo quieren vivir.



Más  >

<http://laserasdeeltablero2012.blogspot.com>

Mujeres rurales de Tenerife: tejiendo redes

ESTEFANÍA DASWANI BORGES

Cabildo de Tenerife

La presencia de las mujeres y el trabajo productivo que éstas realizan son imprescindibles para la sostenibilidad del medio rural. Este trabajo y esta presencia son hechos ciertos, que por una cuestión de justicia social y de sostenibilidad económica, la sociedad debe sacar a la luz, mostrando su importancia y su riqueza, reconociendo así su valor. Por este motivo más de 60 mujeres, entre ellas agricultoras, ganaderas, bodegueras, reposteras, empresarias de turismo rural y emprendedoras del medio rural de Tenerife participaron el pasado 20 de octubre en un encuentro organizado por el Cabildo de Tenerife en la Bodega Cumbres de Abona (Arico) con la



finalidad de generar un espacio de reflexión y de conocimiento mutuo, coincidiendo con la celebración del Día Internacional de las Mujeres Rurales.

En esta ocasión el encuentro ha estado dirigido a las mujeres empresarias y emprendedoras del mundo rural, que tuvieron la oportunidad de intercambiar conocimientos y experiencias para reforzar los vínculos que las unen

Durante el transcurso de la jornada se profundizó en la idea de la ruralidad y crisis desde una perspectiva de género y se pusieron en común varias experiencias empresariales de mujeres que han apostado por crear empresas vinculadas al medio rural, en concreto en el sector de las próteas, en el de la economía social o en los servicios relacionados con la actividad vitivinícola.

La jornada finalizó con una vi-

sita guiada a la Bodega Comarcal Cumbres de Abona, donde las participantes tuvieron la oportunidad de conocer el proceso de elaboración de sus vinos y recorrer sus instalaciones.

El Encuentro Mujeres Rurales de Tenerife, que se realiza por cuarto año consecutivo, forma parte de un proyecto mucho más amplio que desarrolla el Servicio Técnico de Agricultura y Desarrollo rural del Cabildo que incluye diversas acciones como la realización de un estudio exhaustivo sobre la percepción que tienen las mujeres del medio rural de su propia calidad de vida o la exposición fotográfica "Mujeres a pie de campo", que ha recorrido diversos municipios y en la que se destaca el importante papel que han desempeñado las mujeres en diferentes ámbitos relacionados con la actividad agrícola y ganadera.

Variedades tradicionales de tomate de Canarias

LEONARDO J. AMADOR DÍAZ
(CULTESA)
DOMINGO J. RÍOS MESA
Cabildo de Tenerife

La importancia del cultivo de tomate en la estructura socioeconómica de las islas ha fomentado el interés para llevar a cabo, desde hace 4 años, una investigación de la colección de tomate antiguo de Canarias con la finalidad de detectar la idoneidad de este importante legado canario.

Cultivos y Tecnología Agraria de Tenerife (CULTESA), conjuntamente con el Centro de Conservación de la Biodiversidad Agrícola de Tenerife (CCBAT) y la Universidad de la Laguna (ULL), se embarcaron a través de una convocatoria que CULTESA solicitó a la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI), en una línea de investigación conjunta y pionera en el Archipiélago titulada "Selección y mejora de las variedades tradicionales de tomate de Canarias". Para el desarrollo y ejecución de este proyecto de I+D+i, se partió de la colección de semillas que mantiene el CCBAT. Este trabajo ha supuesto, desde el inicio, un reto por contar con un material vegetal que nunca se había estudiado, almacenado desde hacía muchos años, y por ser la primera investigación que se realiza en las islas en este campo.

El estudio de caracterización morfológica, molecular, evaluación agronómica, bromatológica y organoléptica contemplados en esta investigación innovadora, nos está



permitiendo conocer las características más singulares de este abanico de variedades locales y realizar, a partir de los resultados, la selección y mejora de aquellas que están resultando más interesantes.

Uno de los objetivos fundamentales de este proyecto es la recuperación de estas variedades tradicionales para el consumo habitual, adaptándolas a los sistemas de cultivo actuales con el fin de que se puedan descubrir o redescubrir sabores que ya casi se han perdido. Dentro del grupo de 60 variedades tradicionales, muchas de ellas como el tomate de "manzana negra", "moscatel", "huevo de gallo", "perita", etc, ocupan una especial relevancia, por ser grandes joyas agrícolas desconocidas y por ofrecer ante todo excelentes cualidades en cuanto a sabor.

Actualmente, encontrar un tomate genuino es una rareza y gastronómicamente, la pérdida de sabor y aroma de las variedades actuales, es una crítica y demanda creciente del consumidor suficiente como para replantearnos el rescate de cultivos de antaño en los que priman ante todo aspectos de calidad. Precisamente, el valor diferencial por el que sobresalen muchas de estas variedades locales, es su exce-

lente calidad en cuanto a sabor, como ha constatado el panel de expertos catadores del que dispone la Unidad de Valorización de Productos Agroalimentarios del Cabildo Insular de Tenerife. Este hecho, además, ha sido constatado *in situ* a través de diversas catas que se han llevado a cabo en diferentes mercados de Tenerife con más de 600 consumidores.

Los resultados obtenidos hasta el momento nos permiten ser optimistas a la hora de establecer el cultivo de las variedades tradicionales de tomate de Canarias como una alternativa rentable para que los agricultores puedan dedicarse a su actividad tradicional sin pérdidas de renta. Estamos trabajando con el objetivo de aportar resultados que puedan ayudar a promocionar y valorizar el consumo de hortalizas y en concreto del tomate tradicional, como símbolo de diversidad agrícola y patrimonio genético vegetal de Canarias.

Para que estas variedades tradicionales salgan de nuevo al campo y se mantengan *in situ* por los agricultores, propiciando así su evolución y adaptación continua al medio, es necesario su evaluación y selección previa, objetivo con el que se está contribuyendo en este trabajo.



El tomate de siempre

GABRIEL MORALES FRANCÉS

Ingeniero Técnico Agrícola. Convivium SLOW FOOD Tenerife

El tomate ya no sabe a tomate. Ésta es una frase que seguramente la hayamos dicho alguna vez, y si no la hemos dicho, la habremos escuchado. Yo particularmente recuerdo los zumos de tomate que nos hacía mi madre en verano, que consumíamos en cantidades industriales. Eran tomates de estación, de una variedad que no aguanta en buenas condiciones mucho tiempo después de recolectado. No tenía el apellido "long life" de las variedades que se cultivan últimamente para exportación, pero eran tomates muy sabrosos y que recién recolectados, aromatizaban la cocina con su olor. Eran de la variedad de manzana negra, que por aquel entonces cultivaba mi padre en la finca familiar de los Baldíos. Yo en aquellos momentos no sabía que ese tomate tenía apellido de otra fruta, solo que sabía y olía a tomate...

El tomate (*Solanum lycopersicum*) es una planta de la familia de las solanáceas de origen andino ampliamente cultivada en todo el mundo por su fruto comestible. Fue introducida en España a raíz de la conquista de América. Tanto en España como en Italia prácticamente desde su introducción se destinó al consumo humano, sin embargo no ocurrió lo mismo en el resto de Europa, donde se cultivaba solo como planta ornamental, ya que se pensaba que era venenosa como otras plantas de la familia de las solanáceas conocidas por aquel entonces como la belladona, el beleño o el estramonio. De hecho el tomate verde tiene un alcaloide venenoso que desaparece al madurar.

Hay que reseñar que a pesar de que es un producto de origen americano, su uso en nuestra gastronomía es tan grande, que hoy por hoy posiblemente no se podría entender la cocina mediterránea sin su uso. Los gazpachos, el pan con tumaca, las paellas, las pizzas, el marmitako, las ensaladas, alimentos muy

ligados a la cultura mediterránea, lo tienen como uno de sus ingredientes principales.

En Canarias el tomate ha sido uno de los grandes cultivos de exportación del último siglo, destinado sobre todo a los mercados europeos, principalmente Reino Unido y Alemania. El sector tomatero siempre ha sido un sector puntero e innovador dentro de la agricultura canaria, mejorando continuamente las técnicas de cultivo y produciendo nuevas variedades.

Durante mucho tiempo el principal competidor del tomate canario, fue el propio tomate canario, que al inundar los mercados hacia bajar los precios y ponían en serias dificultades la viabilidad de las explotaciones.

Sin embargo hoy en día tenemos otros competidores, como puede ser el tomate de Almería, o el de Marruecos, y el cultivo en Canarias no atraviesa por sus mejores momentos, por lo que es necesario volver a renovarse. Tendríamos que apostar por la calidad que hizo que este producto se hiciera un hueco en los mercados de europeos, no solo por producirse en momentos que no había tomates de otras zonas en los mercados. Muchos autores han hablado de racionalizar las producciones, limitándolas y estableciendo cupos para que no se produzcan excedentes que hagan bajar los precios, y aunque el sector está bastante bien organizado estas medidas nunca han terminado de funcionar.

Desde el convivium de Slow Food que recientemente hemos creado en Tenerife queremos apoyar al sector tomatero y a la recuperación de las variedades tradicionales de tomates que destacaban por su sabor, entre ellas el cultivar manzana negra. Hoy en día esa variedad está en serio peligro de extinción. Si no ha desaparecido ya, es por la labor de algunos pequeños agricultores y al desarrollo del proyecto de I+D+i de "Selección y mejora de las variedades tradicionales de tomate de Canarias" en el que participan conjuntamente Cultivos y Tecnología Agraria de Tenerife (CULTESA), el Centro de Conservación de la Biodiversidad Agrícola de Tenerife (CCBAT) y la Universidad de La Laguna (ULL).

En España ya hay varios tomates que están incluidos en el Arca del Gusto, el Tomate Roteño de Cádiz, el Tomate Rosado de los Picos de Aracena y Aroche en Huelva, el Tomate Morado del Rincón de Ademuz, el Tomate Cuarentena ambos en la comunidad valenciana, y el Tomate de Cuelga de Busturia en Getxo. Esperamos que el Tomate de Manzana Negra Canario sea el próximo en esa lista, y que los TOMATES DE CANARIAS, con letras mayúsculas, vuelvan a saber y oler a tomate y sean embajadores en el exterior de los sabores que tenemos en nuestra tierra.

El Raspón. Bodega y bodegón

Ubicada en el Valle de la Orotava, la Hacienda Tafuriaste comprende una explotación agrícola de alrededor de tres hectáreas en la que se cultivan viña, aguacates, frutales y diversas hortalizas, junto con una bodega visitable para la elaboración de vinos propios, tanto tintos como blancos. Como complemento a estas dos actividades, con la idea de dar salida a la producción propia, y aprovechando la infraestructura existente que alberga una casona del siglo XVII con interesantes valores patrimoniales, El Raspón comienza su andadura en junio de 2012 como un ilusionante proyecto familiar al que se le unen cuatro trabajadores.

La oferta de este establecimiento se centra en platos tradicionales como la carne en adobo, el conejo en salmorejo, los pescados con mojo, los quesos canarios, el escaldón o las ensaladas de la casa en los que muchos de sus ingredientes proceden de la propia finca.



El Raspón se une a la celebración de los eventos más populares del Valle de la Orotava como Corpus Christi, San Isidro Labrador y Santa María de la Cabeza, ofreciendo a sus visitantes, tanto locales como turistas, interesantes ofertas para saborear la cocina local con la obligada y recomendable presencia del vino de cosecha propia.

Dirección: Camino Tafuriaste nº 30 . La Orotava
Horario: de miércoles a sábados, de 12:00 a 16:00 y de 19:00 a 23:00. Domingos de 12:00 a 16:00
Página web: www.tafuriaste.com



Bacalao campestre Raspón

Ingredientes (para seis personas)

INGREDIENTES:

2 unidades de berenjenas

2 unidades de tomates

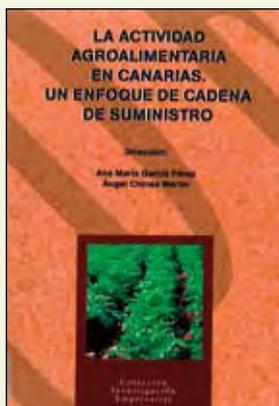
1 lomo de bacalao

250 grs. de queso de cabra

Aliño Campestre: Tomate, ajo, albahaca, queso, aceite de oliva, vinagre balsámico

Preparación:

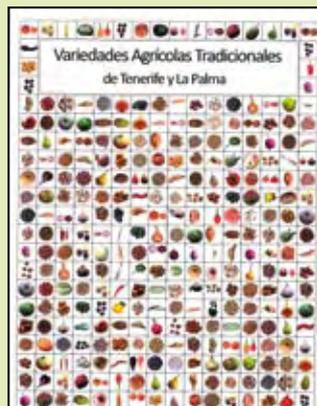
Se cortan las berenjenas y tomates en rodajas, se sazonan y se doran a la plancha. Este será el fondo del plato, seguidamente se filetea el bacalao y se plancha, una vez hecho se coloca sobre la berenjena y el tomate. A continuación se hace el aliño campestre: el tomate y el ajo se pican en dados pequeños, y la albahaca cortada tipo juliana. Se mezcla todo en un recipiente y se le añade aceite, vinagre, sal, pimienta negra y un poco de queso de cabra rallado y seguidamente sobre el bacalao. Para finalizar se cortan dos tajadas de queso de cabra, se colocan sobre el bacalao y el aliño para proceder al gratinado. Y listo para comer!



LA ACTIVIDAD AGROALIMENTARIA EN CANARIAS. UN ENFOQUE DE CADENA DE SUMINISTRO

Ana María García Pérez y Ángel Chinaa Martín (editores)
<http://www.fyde-cajacanarias.es/fyde/index.php?accion=publicaciones&IdPublicacion=37>
 289 páginas

Este libro plantea, desde diversos puntos de vista, todo el complejo proceso de producción y distribución de los productos agroalimentarios. La gestión de los flujos de los recursos materiales requiere un notable esfuerzo y es por ello que, en un territorio tan peculiar como el canario, cuya distribución geográfica se halla dispersa, sea especialmente difícil lograr una rápida y eficaz coordinación entre todos los entes implicados, teniendo muy en cuenta por un lado y entre otros factores, la gran cantidad y variedad de productos perecederos y por otro, la imperiosa necesidad de ofrecer un producto "que satisfaga los gustos del consumidor y que cumpla los estándares de calidad y seguridad alimentaria exigidos". El extenso equipo de investigadores y analistas ha abordado estos problemas surgidos a raíz de la realidad de las Islas Canarias. Todas estas cuestiones han sido estudiadas en profundidad en los cinco bloques de los que consta esta publicación: La producción agroalimentaria. Las normas de calidad en la industria agroalimentaria y las fuentes de poder de la distribución sobre la industria. Nivel de eficiencia del canal de distribución y aplicación de políticas de apoyo a la comercialización (REA). Caracterización del consumo de vino y papel de la restauración en la cadena agroalimentaria. Dos enfoques de cadena de suministros agroalimentaria, interno y externo.



VARIETADES AGRÍCOLAS TRADICIONALES DE TENERIFE Y LA PALMA

VV.AA.
http://asaga.es/images/stories/noticiasdestacadas/variedades_agric_tradic_2012.pdf
 138 páginas

La extraordinaria riqueza de variedades tradicionales y cultivos de Tenerife y La Palma se ve reflejada en esta minuciosa obra a través de fichas ilustrativas, que, en palabras de su prologuista, "corresponde a nuestra generación tomar conciencia y a nuestras autoridades nacionales, autonómicas y locales desarrollar y aplicar las medidas necesarias para la salvaguarda de este patrimonio, antes de que sea demasiado tarde". Este libro es el fruto del trabajo desarrollado a través del Proyecto AGRICOMAC – Transferencia de Tecnologías al Sector Agrícola de la Macaronesia, cuyo principal objetivo radica en promover el uso de las variedades agrícolas tradicionales de la Macaronesia, poniendo a disposición de los agricultores no solo el material de siembra, sino también las tecnologías que posibiliten su desarrollo basado en buenas prácticas agrícolas con el consiguiente respeto al medio ambiente. Para ello, se han seleccionado treinta y tres cultivos tradicionales relevantes de las Medianías de Tenerife y La Palma y se han descrito algunas de las variedades más destacables dentro de cada uno de ellos y se han agrupado del siguiente modo: tubérculos y raíces, cereales, legumbres, hortícolas, industriales y frutales, contando además, con un glosario de términos. Este libro tiene dos posibles lecturas, una lineal y otra transversal, ofreciendo la posibilidad de buscar en un determinado momento aquello que suscite nuestro interés inmediato, lo que lo hace eminentemente práctico.



NATURALEZA, CULTURA Y TERRITORIO EN EL SUR DE TENERIFE, 1875-1950

Fernando Sabaté Bel
 Instituto de Estudios Canarios
 1190 páginas

Recientemente publicada por el Instituto de Estudios Canarios, esta obra constituye la tesis doctoral del doctor en Geografía por la Universidad de La Laguna, Fernando Sabaté Bel que se distribuye en dos tomos. Como se aclara nada más comenzar el trabajo, la referencia al 'pargo salado' constituye una metáfora: se trata de una expresión utilizada antaño por las gentes del país para referirse a un terreno improductivo: "aquello era un pargo salado; no servía ni para cultivar vidrio" (nombre vernáculo de una planta rastrojera que se desarrolla en suelos pobres y ensalitrados). La metáfora corresponde, pues, a la explicación exhaustiva de cómo lograron sobrevivir, con cierto grado de dignidad, miles de personas campesinas en un entorno árido como el del sur de Tenerife; un territorio en el que, por otra parte, las condiciones sociales de reparto de la tierra y los demás recursos naturales tampoco se lo ponían fácil a la reproducción social de las familias rurales. Aunque el trabajo repasa información documental, y prácticamente toda la bibliografía escrita sobre el sur de Tenerife en el momento de su realización, su fuente principal es la información y la tradición oral, demostrando que éstas constituyen una fuente válida e imprescindible para los estudios geohistóricos. En su último capítulo, "El país de la esperanza", y a modo de conclusión propositiva extraída del conjunto del trabajo, se establece la tesis de que el desarrollo coevolucionario del pasado constituye una fuente para la imaginación creativa de escenarios más sostenibles (o menos insostenibles) en el futuro.



www.mercatenerife.es



<http://laserasdeeltablero2012.blogspot.com.es/>



www.turinea.com/



<http://cultivabio.org/>



www.ruralmedia.eu/



www.revistamercados.com



www.agendagastronomica.com



www.origenonline.es/



<http://slowfood.es/>



www.ceigram.upm.es/ceigram



blog.turismodetenerife.com/tag/saborea-tenerife



www.zaragoza.es/contenidos/medioambiente/cda/empleoverde.pdf



www.turismososteniblelagomera.com/index.php



www.gmrcanarias.com/



www.rutasteneriferural.com/es/rutas/

SYMPOSIUM NACIONAL DE SANIDAD VEGETAL SEVILLA 2013

Hacia la Gestión Integral de Plagas
 Fechas: 23.01.2013 - 25.01.2013
 Localización: Sevilla, España
 Página web: <http://www.fitosymposium.com>

VIVERALIA 2013 ALICANTE

Salón Profesional de la Planta Ornamental
 Fechas: 05.02.2013 - 07.02.2013
 Localización: Alicante, España
 Página web: <http://viveralia.feria-alicante.com/2013/index.php>



AGRARIA 2013

Feria de Maquinaria
 Fechas: 06.02.2013 - 09.02.2013
 Localización: Valladolid, España
 Página web: <http://www.feriavalladolid.com/agraria>

SEAL 2013 ZARAGOZA: FERIA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA

Fechas: 12.02.2013 - 14.02.2013
 Localización: Zaragoza, España
 Página web: <http://www.feriazaragoza.es/seal.aspx>

TECNOVID 2013

8º Salón Internacional de Técnicas y Equipos para Viticultura
 Fechas: 12.02.2013 - 15.02.2013
 Localización: Zaragoza, España
 Página web: <http://www.feriazaragoza.com/tecnovid.aspx>

FRUYVER 2013

3er Salón Internacional de Técnicas para el sector de frutas y verduras
 Fechas: 12.02.2013 - 15.02.2013
 Localización: Zaragoza, España
 Página web: <http://www.feriazaragoza.es/default.aspx?info=002499>

OLEOTEC 2013

4º Salón Internacional de Técnicas y Equipos para la Olivicultura
 Fechas: 12.02.2013 - 15.02.2013
 Localización: Zaragoza, España
 Página web: <http://www.feriazaragoza.es/oleotec.aspx>

BIOFACH 2013

Feria Agricultura Ecológica-Orgánica
 Fechas: 13.02.2013 - 16.02.2013
 Localización: Nuremberg, Alemania
 Página web: <http://www.biofach.de>

BOSTON WINE EXPO 2013

Feria del Vino de Boston, USA
 Fechas: 16.02.2013 - 17.02.2013
 Localización: Boston, Estados Unidos
 Página web: <http://www.wine-expos.com>

CONGRESO INTERNACIONAL TURISMO RURAL NAVARRA 2013

Fechas: 21.02.2013 - 22.02.2013
 Localización: Pamplona, España
 Página web: <http://www.congresoturismorural.es>



GASTROTOUR 2013

2ª Feria de Gastronomía y Turismo Gastronómico
 Fechas: 23.02.2013 - 26.02.2013
 Localización: Granada, España
 Página web: <http://www.feriagastrotur.com/>

VIGOURMET

Fechas: 08.03.2013 - 10.03.2013
 Localización: Vigo, España
 Página web: <http://www.palaciocongresosvigo.com/es/evento/vigourmet/87>



Suscripción gratuita

Si está interesado en recibir de forma gratuita la revista **Mundo Rural de Tenerife**, puede solicitarla a través de la página web:

www.agrocabildo.com

**Portal de difusión
de tecnología agraria
para la información
y formación de los
habitantes del medio rural.**



Síguenos en:

www.agrocabildo.com



You 

flickr[™]



slideshare

Tenerife isla de agro diver sidad



EXPOSICIÓN:
CASA DEL VINO
FINCA LA BARANDA, EL SAUZAL

