



**Región de Murcia**  
Consejería de Agricultura y Agua  
Secretaría General

## Archivo y Centro de Publicaciones



# Boletín de Julio Novedades 2010

Podéis solicitar vuestras peticiones a la siguiente dirección de correo:

[AGRI-ARCHIVO@LISTAS.CARM.ES](mailto:AGRI-ARCHIVO@LISTAS.CARM.ES)

## Índice:

### Libros:

**.- Economía alimentaria en España durante el siglo XX.** Madrid: ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. 2009

**.- La comercialización del melocotón de Denominación de Origen Calanda.** Madrid: ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. 2009

**.- La defensa de la competencia en la legislación de la Unión Europea y en España y su aplicación en el sector agroalimentario.** Madrid: ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. 2009

**.- Mejores Técnicas Disponibles de referencia europea. Industria Química inorgánica de gran volumen de producción (Amoníaco, ácidos y fertilizantes).** Madrid: ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. 2009

**.- Socialismo y democracia en el campo (1880-1930). Los orígenes de la FNTT.** Madrid: ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. 2009

**Publicaciones Periódicas:**

- .- **Coaguía 2010.** (I y II Tomos)
- .- **Dyna. Ingeniería e Industria.** Nº 5 (Junio 2010)
- .- **F&H. Frutas y Hortalizas.** Nº 221. (1/15 Junio 2010)
- .- **Informe anual 2009. MERCASA.**
- .- **La tierra del agricultor y ganadero.** Nº 220 (Mayo/Junio 2010)
- .- **MERCADOS. La revista del Sector Hortofrutícola.** Nº 89. (Junio 2010)
- .- **Vida Rural: el quincenal del campo.** Nº 310 (1 Junio 2010)

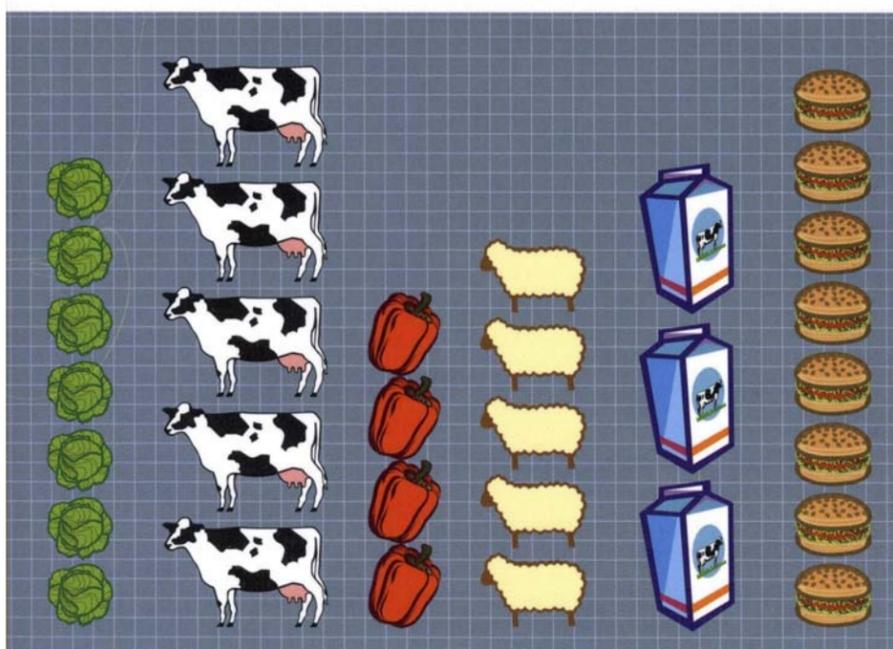
**Dvds:**

- .- **Descubriendo el Jerez: Discovering Sherry.** Madrid: ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. 2009
- .- **Los paisajes del viñedo: La etnografía como herramienta para su estudio y protección.** Madrid: ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. 2009

**Serie ESTUDIOS**

*Luis German Zubero  
Ricardo Hernández García  
Javier Moreno Lázaro*  
Coordinadores

*Economía alimentaria en España  
durante el siglo XX*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

## Índice

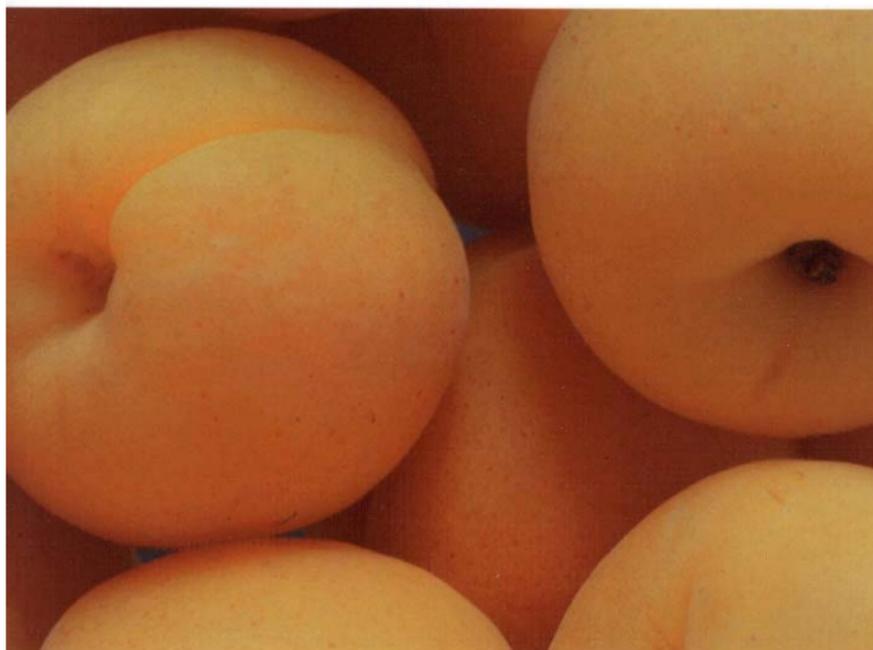
<b>Introducción</b>	
<i>Germán Zubero, Luis</i> .....	7
<b>1. Dieta mediterránea y transición nutricional moderna en España</b>	
<i>Garrabou Segura, Ramón y Cussó, Xavier</i> .....	25
<b>2. La transición nutricional en la España contemporánea: las variaciones en el consumo de pan, patatas y legumbres 1850-2000</b>	
<i>Cussó, Xavier y Garrabou Segura, Ramón</i> .....	65
<b>3. La soberanía del productor. Industrias del complejo pienso-ganadero e implantación del modelo de consumo fordista en España: 1960-1975</b>	
<i>Clar, Ernesto</i> .....	99
<b>4. Ganadería e industrialización láctea. El complejo ganadero industrial en Cantabria en el siglo xx</b>	
<i>Domínguez Martín, Rafael y de la Puente, Leonor</i> .....	143
<b>5. Industria, agricultura y crecimiento económico en La Rioja: las conservas vegetales (1860-1975)</b>	
<i>Moreno Fernández, José Ramón</i> .....	181
<b>6. ¿Revolución enológica en España? El empuje del sector vitivinícola a finales del siglo xx</b>	
<i>Martínez Carrión, José Miguel y Medina Albaladejo, Francisco José</i> .....	211
<b>7. La conformación histórica de un cluster agroindustrial. El caso almeriense</b>	
<i>Aznar Sánchez, José Ángel y Sánchez Picón, Andrés</i> .....	247
<b>8. Relaciones interindustriales: industrias agroalimentarias e industrias de construcción mecánica (1880-1930)</b>	
<i>Sancho Sora, Agustín</i> .....	281
	5

<b>9. México y España en la formación de la gran empresa agro-alimentaria. Orígenes y formación de SOS-Cuétara, 1921-2009</b> <i>Moreno Lázaro, Javier y Vicente Ventoso, Javier</i> .....	319
<b>10. El sector alimentario en Castilla y León al finalizar la Guerra Civil según el «Mapa Nacional de Abastos»</b> <i>Hernández García, Ricardo y Álvarez Martín, Monserrat</i> .....	351
<b>11. La industria de bebidas y alcoholes en Castilla y León durante el primer franquismo (1939-1959)</b> <i>Álvarez Martín, Monserrat</i> .....	379

**Serie ESTUDIOS**

*María del Camino Polo González  
Luis Miguel Albisu Aguado*

*La comercialización del melocotón  
de Denominación de Origen Calanda*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

## Índice general

<b>CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN</b> .....	17
1.1 El Melocotón DO Calanda .....	17
1.1.1 Reseña histórica de la Denominación de Origen .....	17
1.1.2 Caracterización del área de cultivo y estructura productiva.....	20
1.2 La Denominación de Origen del Melocotón de Calanda ....	21
1.2.1 El producto y sus características.....	22
1.2.2 Evolución de los datos técnicos de la Denominación de Origen.....	26
1.3 Problemas detectados en la comercialización del Melocotón DO Calanda .....	29
1.3.1 Los excedentes y el estancamiento del consumo.....	29
1.3.2 Nectarina vs melocotón.....	30
1.3.3 La calidad del melocotón.....	30
1.3.4 Problemas específicos de la Denominación de Origen	32
1.4 Objetivos del estudio y estructura del documento.....	34
<b>CAPÍTULO 2: EL MERCADO DEL MELOCOTÓN DO CALANDA</b>	37
2.1 Introducción.....	37
2.2 El Melocotón DO Calanda en la red de mercados centrales de MERCASA.....	38
2.3 El Melocotón DO Calanda en Mercamadrid.....	42
2.4 El Melocotón DO Calanda en las cadenas detallistas .....	51
2.5 El Melocotón DO Calanda en el extranjero .....	61
2.5.1 Las exportaciones de melocotón de Aragón .....	61
2.5.2 El Melocotón DO Calanda en Alemania.....	65
2.5.2.1 La situación del melocotón en el mercado alemán .....	65
2.5.2.2 La campaña de promoción del Instituto de Comercio Exterior.....	68
2.5.2.3 Conclusiones .....	71

<b>CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA.....</b>	<b>73</b>
3.1 Introducción.....	73
3.2 Fuentes de información y diseño de la investigación.....	73
3.3 Encuesta a las empresas de la Denominación de Origen ....	74
3.3.1 Campo de estudio y ficha técnica .....	74
3.3.2 Diseño del cuestionario.....	75
3.4 La encuesta a los mayoristas comercializadores del Melocotón DO Calanda .....	77
3.4.1 Campo de estudio y ficha técnica .....	77
3.4.2 Diseño del cuestionario.....	78
3.5 El proceso de codificación.....	79
3.6 Técnicas y métodos de análisis utilizados .....	80
3.6.1 Análisis univariantes .....	80
3.6.2 Análisis bivariantes .....	80
3.6.3 Análisis multivariantes.....	81
3.6.3.1 El Análisis Factorial.....	82
3.6.3.2 El Análisis Cluster .....	83
3.6.3.3 El modelo Probit.....	83
<b>CAPÍTULO 4: RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LAS EMPRESAS DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN.....</b>	<b>85</b>
4.1 Análisis univariantes.....	85
4.1.1 Caracterización de las empresas de la Denominación de Origen.....	85
4.1.2 Aspectos relativos a la mejora de la comercialización del Melocotón DO Calanda .....	88
4.1.3 Estructura de las empresas de la Denominación de Origen .....	93
4.2 Segmentación de las empresas de la Denominación de Origen según varios criterios .....	95
4.3 Factores explicativos de producir o no producir Melocotón DO Calanda en 2005 .....	101
<b>CAPÍTULO 5: RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS MAYORISTAS DE MADRID Y BARCELONA QUE COMERCIALIZAN MELOCOTÓN DO CALANDA.....</b>	<b>105</b>
5.1 Análisis univariantes.....	105
5.1.1 Caracterización de la muestra de los mayoristas .....	105
5.1.2 El precio del Melocotón DO Calanda.....	109

5.1.3 Actitudes y opiniones frente al Melocotón DO Calanda.....	111
5.2 Segmentación de los mayoristas según diversos criterios ...	119
5.3 Segmentación de los mayoristas según sus actitudes hacia la DO y las razones por las que venden Melocotón DO Calanda.....	124
<b>CAPÍTULO 6: RESUMEN Y CONCLUSIONES</b> .....	133
6.1 Introducción.....	133
6.2 Resumen .....	134
6.3 Conclusiones .....	137
6.3.1 Del análisis del mercado del Melocotón DO Calanda.	137
6.3.2 Del análisis de la encuesta a las empresas de la Denominación de Origen.....	139
6.3.3 Del análisis de la encuesta a los mayoristas .....	141
6.4 Reflexiones finales.....	145
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	153
<b>Anexo 1</b> Cuestionario para las empresas de la Denominación de Origen.....	161
<b>Anexo 2</b> Cuestionario para los mayoristas de Madrid y Barcelona que comercializan Melocotón DO Calanda .....	165
<b>Anexo 3</b> Procedencia del melocotón comercializado en Mercamadrid de 2003 a 2006 .....	171
<b>Anexo 4</b> Problemas de comercialización del Melocotón DO Calanda nombrados por las empresas de la DO .....	173
<b>Anexo 5</b> Complementos al análisis de las preguntas 15 y 16 de la encuesta a los mayoristas .....	175

**Serie ESTUDIOS**

*Patricia Lamo de Espinosa Rocamora*

*La defensa de la competencia en la legislación  
de la Unión Europea y en España y su aplicación  
en el sector agroalimentario*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

## Índice

AGRADECIMIENTOS .....	13
RESUMEN/ABSTRAC .....	15
<b>PARTE PRIMERA</b>	
<b>OBJETO Y CONCEPTO DE COMPETENCIA</b>	
<b>CAPÍTULO 1. OBJETO, MÉTODO Y FUENTES.....</b>	<b>21</b>
1. Objeto .....	21
2. Método .....	24
3. Fuentes .....	28
<b>CAPÍTULO 2. EL CONCEPTO DE LA COMPETENCIA EN LA ECONOMÍA .....</b>	<b>29</b>
1. Concepto «común» de «competencia» .....	29
2. Concepto «económico» de «competencia» .....	31
3. De la Competencia «perfecta» a la «competencia efectiva» .....	35
4. Una visión más global del problema .....	39
5. La intervención de los poderes públicos en la defensa de la competencia .....	41
<b>PARTE SEGUNDA</b>	
<b>LA LEGISLACIÓN DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA EN LA UNIÓN EUROPEA Y EN ESPAÑA</b>	
<b>PARTE II.1 EL DERECHO DE COMPETENCIA EN LA UNIÓN EUROPEA .....</b>	<b>47</b>
<b>CAPÍTULO 3. LAS NORMAS EUROPEAS SOBRE COMPETENCIA Y SUS ÓRGANOS INSTITUCIONALES .....</b>	<b>49</b>
1. La competencia en el derecho comunitario: introducción .....	49
2. Artículo 81. Acuerdos restrictivos: acuerdos de empresas y prácticas concertadas .....	51
2.1 El artículo 81 .....	51
2.2 Características .....	52
2.3 Acuerdos horizontales y verticales .....	55
	7

3. Artículo 82. Abuso de posición dominante .....	55
3.1 El artículo 82 .....	55
3.2 Naturaleza y efectos .....	56
4. Concentraciones de empresas .....	57
5. Artículos 87 y 88. Ayudas públicas estatales .....	59
6. Notas que definen el Derecho comunitario sobre competencia.	61
7. El Reglamento 1/2003, de aplicación de las normas de compe-	62
tencia previstas en los artículos 81 y 82 .....	62
8. Órganos de Defensa de la Competencia en la UE .....	64
<b>CAPÍTULO 4. LA COMPETENCIA EN LA CONSTITUCIÓN</b>	
<b>EUROPEA Y EL TRATADO DE LISBOA .....</b>	<b>65</b>
1. Introducción .....	65
2. La Constitución Europea .....	67
2.1 La Agricultura en la Constitución Europea .....	67
2.2 Examen del articulado sobre Agricultura (arts. III-225	69
a III-232) .....	69
2.3 Examen del articulado sobre Competencia (arts. III-161	76
a III-169).....	76
3. El Tratado de Lisboa .....	82
4. Los consumidores .....	86
5. Consideraciones finales .....	86
<b>CAPÍTULO 5. EXCEPCIONES SINGULARES EN FAVOR DE</b>	
<b>LA AGRICULTURA EN LAS NORMAS EUROPEAS SOBRE</b>	
<b>COMPETENCIA Y SU APLICACIÓN .....</b>	<b>89</b>
1. Introducción .....	89
2. La Agricultura como sector «singular» en los Tratados y normas	89
de la UE .....	89
2.1 Singularidad jurídica de la Agricultura .....	89
2.2 Primeras excepciones: el Tratado .....	91
2.3 Proyecto de Constitución Europea .....	91
3. Las normas de «Competencia» respecto a la Agricultura: su <i>sin-</i>	92
<i>gularidad</i> .....	92
4. El Reglamento 26/1962, del Consejo, sobre aplicación de deter-	93
minadas normas sobre la competencia a la producción y el	93
comercio de productos agrícolas .....	93
4.1 Contenido .....	93
4.2 Valoración .....	95

5. Decisión de la CE en el expediente «Carne de vacas francesas».	97
5.1 Objeto de la Decisión (COMP/38.279/F3) .....	97
5.2 Entidades afectadas .....	98
5.3 Razón del acuerdo y contenido .....	99
5.4 Naturaleza de las federaciones francesas .....	101
5.5 Valoración de la Comisión .....	102
5.6 ¿Conculca la libertad sindical? .....	103
5.7 ¿Hubo «acuerdo»? .....	104
5.8 ¿Caben los acuerdos en situación de «crisis»? .....	106
5.9 El Reglamento núm. 26 del Consejo: los productos agrí- colas del Anexo I .....	108
5.10 Intervención del Estado francés .....	110
5.11 Determinación del importe de la sanción .....	111
6. La Defensa de la Competencia y la gestión de crisis en la Agri- cultura .....	112
7. El Reglamento 1.184/2006 sobre aplicación de determinadas normas sobre la competencia a la producción y al comercio de productos agrícolas .....	114
<b>PARTE II.2 EL DERECHO DE COMPETENCIA EN ESPAÑA.</b>	117
<b>CAPÍTULO 6. LA COMPETENCIA EN EL DERECHO ESPA- ÑOL</b> .....	119
1. La Agricultura y la Competencia en la Constitución Española .....	119
2. Un antecedente frustrado: La ley 110/1963 de Represión de Prácticas Restrictivas de la Competencia .....	122
2.1 Contenido de la Ley .....	122
2.2 La «excepción agraria» en la Ley .....	123
2.3 Aplicabilidad de la Ley .....	124
3. La ley 16/1989, de 17 de julio, de defensa de la competencia (LDC) ..	124
3.1 Los acuerdos prohibidos .....	125
3.2 Abuso de posición dominante .....	128
3.3 Competencia desleal .....	130
3.4 Concentraciones de empresas .....	131
3.5 Ayudas estatales .....	132
4. La ley 1/2002, de 21 de febrero, de coordinación de las compe- tencias del Estado y las autonómicas .....	132
5. El RD 2.295/2004 relativo a la aplicación en España de las nor- mas comunitarias de competencia .....	136
6. La ley 15/2007, de 3 de julio, de defensa de la competencia .....	137

6.1	Los principios de la nueva Ley definidos en el Debate en Pleno del Congreso de los Diputados .....	137
6.2	Acuerdos y conductas colusorias .....	139
6.3	Abuso de posición dominante.....	140
6.4	Concentraciones de empresas .....	143
6.5	Ayudas estatales .....	145
7.	Órganos de defensa de la competencia y procedimiento en España .....	146
7.1	Servicio de Defensa de la Competencia (SDC) .....	146
7.2	Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) .....	147
7.3	Registro de Defensa de la Competencia .....	147
7.4	La Comisión Nacional de la Competencia (CNC) .....	148
8.	El procedimiento sancionador .....	148
9	El tratamiento singular de asociaciones, OPAS o interprofesionales en la defensa de la competencia .....	151
9.1	Introducción .....	151
9.2	Naturaleza de las OPA o asociaciones en el derecho de la competencia según las Decisiones de la Comisión Europea .....	154
9.3	Naturaleza de las OPA según el TDC .....	157
9.4	Los acuerdos marco-interprofesional .....	159
9.5	Conclusiones parciales .....	161

**PARTE TERCERA**  
**INVESTIGACIÓN SOBRE LAS RESOLUCIONES DICTADAS**  
**POR EL TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**  
**EN MATERIA AGROALIMENTARIA**

<b>CAPÍTULO 7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	
<b>SOBRE LAS RESOLUCIONES AGROALIMENTARIAS DEL TDC</b>	165
1. Introducción .....	165
2. Productos considerados .....	167
3. Ámbito administrativo de las resoluciones consideradas. Excepciones .....	170
4. Ámbito temporal .....	172
5. Ámbito espacial .....	172
6. Sujetos punibles .....	173
7. Expedientes sancionadores por prácticas prohibidas .....	173
7.1 Grupo I: Expedientes de productos recogidos en el Anexo I .....	176
7.2 Expedientes de productos no recogidos en el Anexo I ....	178

<b>CAPÍTULO 8. LAS RESOLUCIONES DEL TDC SOBRE PRODUCTOS AGRARIOS INCLUIDOS EN EL ANEXO I .....</b>	179
A) VINOS Y SIDRA .....	179
A.1 Expediente. 312/92. MAYORISTAS DE VINO DE GUIPÚZCOA .....	179
A.2 Expediente 376/96. CÁRTEL DE LA SIDRA .....	183
A.3 Expediente 560/03. GRUPO FREIXENET .....	185
ACEITES .....	188
B.1 Expediente. 294/91. ACEITES (Licitaciones SENPA). .....	188
B.2 Expediente 583/04. ACEITES (KOIPE) .....	195
C) AZÚCAR .....	197
C.1 Expediente 426/98. INDUSTRIAS AZUCARERAS. .....	197
D) INDUSTRIAS LÁCTEAS .....	205
D.1 Expediente 352/94. INDUSTRIAS LÁCTEAS .....	205
D.2 Expediente 347/94. BEYENA .....	209
D.3 Expediente 657/05. PRODUCTOS LÁCTEOS-LECHE PASCUAL .....	209
E) DESMOTADORAS DE ALGODÓN .....	215
E.1 Expediente 370/96. DESMOTADORAS DE ALGODÓN .....	215
F) CONSUMOS INTERMEDIOS .....	220
F.1 Expediente 569/03. SEMILLAS DE REMOLACHA. .....	220
G) EMPRESAS CÁRNICAS Y GANADO VIVO (RESES DE LIDIA) .....	223
G.1 Expediente 436/98. GANADERÍAS DE LIDIA .....	223
G.2 Expediente 556/03. EMPRESAS CÁRNICAS .....	226
G.3 Expediente 559/03. RESES BRAVAS DE ARAGÓN. .....	233
H) PESCADOS .....	234
H.1 Expediente 378/96. ASENTADORES DE PESCADO .....	234
<b>CAPÍTULO 9. ÍDEM PARA LOS PRODUCTOS NO RECOGIDOS EN EL ANEXO I .....</b>	239
A) CERVEZAS .....	239
A.1 Expediente 389/96. CERVEZAS MAHOU .....	239
A.2 Expediente 577/04. CERVEZAS CANARIAS .....	243

B)	PAN .....	246
B.1	Expediente 320/92. BOUTIQUES DEL PAN .....	246
B.2	Expediente 344/94. PAN DE ZARAGOZA .....	248
B.3	Expediente 346/94. AFEPAN (MÁLAGA) .....	250
B.4	Expediente 348/94. ASOCIACIÓN DE PANADEROS DE SALAMANCA .....	254
B.5	Expediente 371/96. PANADEROS DE BURGOS .....	257
B.6	Expediente 377/96. PAN DE BARCELONA .....	263
B.7	Expediente 574/04. PANADERÍAS ARANDA DE DUERO .....	266
B.8	Expediente 598/05. PANADERÍAS DE VALENCIA ..	269
B.9	Expediente 600/05. PANADERÍAS DE CUENCA ...	273
C)	DISTRIBUCIÓN .....	275
C.1	Expediente 340/93. MERCAZARAGOZA .....	275
C.2	Expediente 516/01. MERCACORDOBA .....	278
C.3	Expediente 525/01. MERCASEVILLA. PESCADOS.	280
C.4	Expediente 541/02. DIASA .....	285
C.5	Expediente 589/05. FIAB/ GRANDES SUPERFICIES.	286
<b>CAPÍTULO 10. CONCLUSIONES FINALES .....</b>		<b>293</b>
1.	Introducción .....	293
2.	Recapitulación .....	298
3.	Conclusiones .....	301
3.1	Sobre la Defensa de la Competencia en las Normas europeas .....	301
3.2	Sobre la Defensa de la Competencia en el ámbito de la agricultura en la UE .....	306
3.3	Sobre la legislación española de Defensa de la Competencia .....	311
3.4	Sobre la aplicación de las leyes de defensa de la competencia a asociaciones agrarias, OPA, acuerdos interprofesionales, etc. ....	317
3.5	Sobre la doctrina del TDC aplicable al sector agroalimentario .....	318
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>		<b>327</b>
<b>ANEXO LEGISLATIVO .....</b>		<b>333</b>
<b>ACRÓNIMOS .....</b>		<b>339</b>
<b>PUBLICACIONES DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN .....</b>		<b>341</b>

Serie Prevención y Control Integrados de la Contaminación (IPPC)

Mejores Técnicas Disponibles de referencia europea  
**Industria Química inorgánica de gran  
volumen de producción  
(Amoníaco, ácidos y fertilizantes)**

Documento BREF



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO



Comisión Europea

**Serie ESTUDIOS**

*Francisco Acosta Ramírez  
Salvador Cruz Artacho  
Manuel González de Molina Navarro*

*Socialismo y democracia en el campo (1880-1930).  
Los orígenes de la FNTT*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

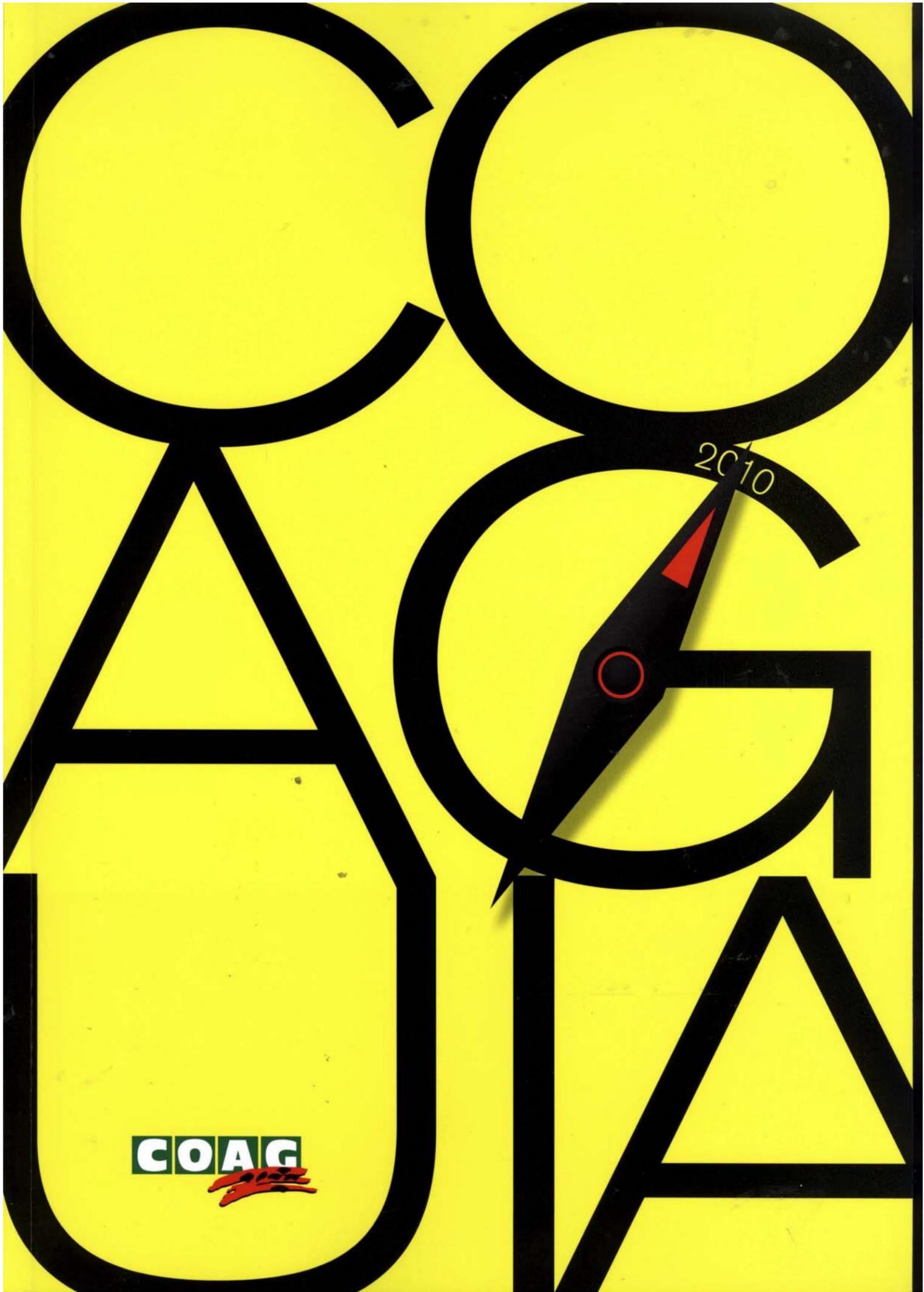
MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

## Índice

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	9
<b>Capítulo I. El mundo rural entre 1880 y 1930</b> .....	25
1.1 La evolución del sector agrario: 1880-1930 .....	29
1.2 «Modernización agraria» y procesos de trabajo .....	36
1.3 La distribución de la renta agraria y la estructura social del campo español .....	45
1.4 Las diferencias regionales .....	62
1.5 El ámbito local, espacio predominante del conflicto agrario ..	71
<b>Capítulo II. La fisonomía del conflicto agrario entre la crisis finisecular y la depresión económica de 1930.</b>	79
2.1 El conflicto agrario en el tránsito del siglo XIX al XX: las luchas por la subsistencia y en defensa del uso campesino de los recursos (1886-1910) .....	81
2.2 El panorama asociativo: las opciones en competencia ....	94
2.3 El conflicto agrario entre 1910 y 1920: hacia la manifestación colectiva y la huelga organizada .....	102
2.4 La evolución de las huelgas agrarias en el primer tercio del siglo XX .....	116
<b>Capítulo III. Entre la ortodoxia y el pragmatismo: la propuesta sindical y política de los socialistas en el cambio de siglo</b> .....	135
3.1 Los socialistas y la cuestión agraria: una «despreocupación fundamentada» .....	138
3.2 Socialismo y Regeneracionismo .....	146
3.3 Los socialistas y los bienes comunales .....	152
3.4 Disidencia y «cuestión agraria» .....	158

3.5	La propuesta sindical socialista: la preeminencia de la organización de los trabajadores y de la vía política .....	161
3.6	La táctica anticaciquil y la construcción democrática en el campo .....	180
<b>Capítulo IV. Los socialistas y la protesta rural en el cambio de siglo (1886-1906) .....</b>		<b>189</b>
4.1	La visión de la protesta agraria .....	189
4.2	Los socialistas y la oleada de huelgas agrarias de 1901-1905 ...	195
4.3	Implantación y desarrollo orgánico del ugetismo agrario: unos resultados modestos .....	203
4.4	El auge del societarismo ugetista .....	210
4.5	Los primeros intentos de coordinación supralocal .....	227
<b>Capítulo V. Declive y recuperación: el socialismo agrario entre 1906 y 1917. La apuesta por la vía reformista .....</b>		<b>239</b>
5.1	Los años de reflujo: 1906-1911. La apuesta por la actuación política .....	239
5.2	Los inicios de la recuperación, 1912-1917 .....	254
5.3	1906-1917: una lenta recuperación organizativa .....	270
<b>Capítulo VI. El programa agrario: socialismo y regeneracionismo ....</b>		<b>285</b>
6.1	El contexto intelectual de la propuesta agraria de los socialistas ....	287
6.2	El regeneracionismo socialista .....	295
6.3	Los primeros intentos de definir un programa agrario .....	310
6.4	El programa agrario .....	324
6.5	Camino hacia la república: el triunfo del obrerismo .....	331
<b>Capítulo VII. Hacia la constitución de la federación agraria: expansión organizativa y dificultades internas (1918-1923) ..</b>		<b>335</b>
7.1	Una visión más plural del conflicto agrario .....	335
7.2	La Unión General de agricultores: despegue y consolidación del asociacionismo campesino (1916-1923) .....	345
7.3	Los factores del crecimiento agrario de la UGT .....	355
7.4	La reestructuración orgánica: hacia la federación nacional de agricultores .....	357
7.5	La crisis de las internacionales y los intentos de control político del sector agrario .....	362
<b>Capítulo VIII. Socialismo y mundo rural durante la dictadura de Primo de Rivera: entre la colaboración y la disidencia .....</b>		<b>369</b>
8.1	La dimensión asociativa: ante todo, preservar la organización ....	369
8.2	La dinámica de los sindicatos locales: protesta contra los abusos y la lucha por la subsistencia .....	392

8.3	La dinámica de la dirección sindical: la apuesta por una estrategia reformista y el fortalecimiento de un modelo sindical de negociación .....	406
8.4	La dinámica orgánica. De la diversidad local a la organización del sindicato nacional de industria: la Federación Nacional de Trabajadores de la Tierra (FNTT) .....	415
	<b>Epílogo</b> .....	433
	<b>Anexos</b> .....	441
	<b>Referencias bibliográficas</b> .....	453
	<b>Fuentes y documentos impresos</b> .....	481
	<b>Archivos y centros documentales</b> .....	483
	<b>Publicaciones del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación</b> .....	485



## ÍNDICE

<b>1. PRESENTACIÓN .....</b>	<b>4</b>
Miguel López, Secretario General de COAG .....	5
<b>2. DIRECTORIOS .....</b>	<b>6</b>
Oficinas de COAG.....	6
Organizaciones profesionales agrarias .....	12
Cámaras agrarias .....	13
Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias .....	16
Alimentos de calidad .....	20
Agricultura ecológica: Consejos Reguladores y organismos de control.....	34
Parques Nacionales.....	36
Confederaciones hidrográficas.....	38
Comunidades de Regantes.....	40
SEIASAS.....	46
Catastro de Fincas Rústicas.....	48
Direcciones y cargos de organismos competentes en Agricultura y Medio Ambiente	
Estatales .....	52
Autonómicos .....	60
Comunitarios .....	90
Agencias .....	94
Cooperativas.....	95
Asociaciones sectoriales.....	96
Mercados.....	100
Lonjas.....	101
Leader y Proder .....	102
Fabricantes de maquinaria agrícola .....	104
Fabricantes de fitosanitarios .....	114
Certificadoras .....	115

Asociaciones de consumidores .....	117
Asociaciones de mujeres .....	120
Colegios de Ingenieros Agrónomos .....	122
Escuelas de Ingenieros Agrónomos .....	123
Colegios de veterinarios .....	124
Facultades de veterinaria .....	125
Escuelas de Capacitación Agraria .....	126
Publicaciones y portales de información agraria .....	132
<b>3. CALENDARIOS .....</b>	<b>136</b>
Calendario fiscal .....	136
Calendario de seguros agrarios .....	137
Calendario de ayudas a la agricultura y la ganadería .....	140
Calendario de ayudas agrarias de desarrollo rural .....	143
Calendario de ferias .....	152
<b>4. Formación .....</b>	<b>154</b>
Formación continua en el sector agrario .....	154
<b>5. Santoral, festividades, teléfonos útiles y distancias por carretera</b>	<b>158</b>
Santoral .....	158
Festividades 2009 .....	160
Teléfonos útiles .....	162
Distancias por carretera .....	163
<b>6. AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>164</b>
<b>7. PLANTILLA .....</b>	<b>166</b>
<b>8. ÍNDICE DE ANUNCIANTES .....</b>	<b>168</b>

# DYNA

## Ingeniería e Industria

ISSN 0012-7361 • SICI: 0012-7361(20100601)85:5<>1.0.TX;2-S • CODEN: DYNAU



www.revistadyna.com • Año 85 - Nº 5 • Junio 2010

### INGENIERÍA DE MANTENIMIENTO

La problemática de la medición  
del rendimiento

### MODELO QUE IDENTIFICA LA MADUREZ DE LOS PROCESOS

Caso: Pequeña empresa manufacturera

### REDES VIRTUALES DE FABRICACIÓN GLOBAL

Un caso de Aplicación



### ROBÓTICA

Evaluación de la calidad  
en la Imitación de gestos

### ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Centenario de la obra de F.W. Taylor

### ELECTRÓNICA DE POTENCIA

Aplicaciones de mediana y pequeña potencia



9 770012 736006



Precio por ejemplar. 15 €

Ingeniería Multidisciplinar

# Índice



358 DYNA hace 80 años

360 Noticias Breves

362 Sociedad e Ingeniería Industrial

365 Noticias

439

Desarrollo Sostenible  
Sustainable Development



385

**SOBRE UN PRÓXIMO CENTENARIO. LA OBRA DE F. W. TAYLOR**  
*ON A COMING CENTENARY. THE WORK OF F. W. TAYLOR*

*Andrés Muñoz-Machado*

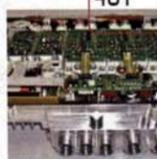


392

**MODELO QUE IDENTIFICA LA MADUREZ DE LOS PROCESOS.**  
*CASO: PEQUEÑA EMPRESA MANUFACTURERA*

*MODEL THAT IDENTIFIES THE MATURITY OF PROCESSES.*  
*CASE: SMALL MANUFACTURING COMPANY*

*Oscar Montaña-Arango, José Ramón Corona-Armenta, Aurora Pérez-Rojas,  
Joselito Medina-Marin*



401

**PRESENTE Y FUTURO DE LA ELECTRÓNICA DE POTENCIA (II).**  
*APLICACIONES DE MEDIANA Y PEQUEÑA POTENCIA*

*PRESENT AND FUTURE OF THE POWER ELECTRONICS (II).*  
*MIDDLE AND LOW-POWER APPLICATIONS*

*Salvador Martínez-García, Enrique Juan Dede-García, Juan Carlos Campo-Rodríguez,  
Peter Joseph Bradley, Pablo Rueda-Boldo, Santiago Monteso-Fernández,  
Carlos Cagigal-Olay, Rubén Vela-García*



414

**IMITACIÓN DE GESTOS POR BRAZOS ROBÓTICOS:**  
*UNA PROPUESTA PARA EVALUAR SU CALIDAD*

*IMITATION OF GESTURES BY ROBOTIC ARMS:*  
*A QUALITY ASSESSMENT APPROACH*

*Sandra Nope-Rodríguez, Humberto Loaiza-Correa, Eduardo Caicedo-Bravo*



421

**CULTURA SISTÉMICA EN LAS REDES VIRTUALES DE FABRICACIÓN**  
*GLOBAL DE LA INDUSTRIA AERONÁUTICA*

*SYSTEMIC CULTURE IN GLOBAL MANUFACTURING VIRTUAL NETWORKS*  
*WITHIN THE AERONATICAL INDUSTRY*

*Carlos Rodríguez-Monroy, José Ramón Vilana-Arto*



429

**LA PROBLEMÁTICA DE LA MEDICIÓN DEL RENDIMIENTO EN LA**  
*FUNCIÓN MANTENIMIENTO*

*THE ISSUE OF PERFORMANCE MEASUREMENT IN THE MAINTENANCE*  
*FUNCTION*

*Diego Galar-Pascual, Luis Fernando Berges-Muro, Jesús Royo-Sánchez*

Nº 221 - Año XI - 1 al 15 de Junio de 2010

# 10 ANIVERSARIO F&H FRUTAS Y HORTALIZAS



## España inunda Rusia de hueso

2009-2010

### NEGOCIO DEL COMERCIO HORTÍCOLA EN ALMERÍA

# 2.253 MILLONES DE EUROS



## FRANCIA FRENA LOS MÁRGENES DE LA GRAN DITRIBUCIÓN

### FRUTA DE ARAGON: TOP EN LAS 500.000 TONELADAS

## EL TOMATE RAMA SE DESINFLA EN ESPAÑA

La actualidad hortofrutícola en el mundo en un click



[www.fyh.es](http://www.fyh.es)

f&h hoy

50 euros



EXÓTICOS MADE IN MÁLAGA

TROPS

100% Producción propia



## SUMARIO

### 14 Mosaico

- Los distribuidores de insectos auxiliares creen que el negocio del control biológico pierde rentabilidad.

### 32 Mercados

- Aragón suma más fruta dulce.
- La crisis económica no puede con el hueso griego.

### 37 Producción

- Monsanto da a conocer sus líneas maestras en brócoli.
- Sigfito gestionó 2.700 toneladas de envases fitosanitarios.
- El IRTA (Lleida) trabaja con nuevas variedades de platerinas y paraguayos.

### 42 Línea Verde

- Biosphera incrementará su comercio 'eco' en un 50 por ciento.
- 3.775 fincas de hortalizas ecológicas contempla Francia.
- Biosanz prevé crecer un 20 por ciento en 2 años.

### 44 La Distribución

- Consum refresca su línea de frutas y hortalizas.
- Los interproveedores de Mercadona invirtieron 40 millones en 2009.
- Los productores ingleses entran en Harrods.
- El Corte Inglés, más presente en Portugal.
- Asda pide más imaginación en el brócoli.

### 46 Empresas

- Frumaex, una oferta de 6.500 tns. de fruta.
- Frankort&Koning incrementará sus relaciones con Agrícola Famosa.
- Frulesa incrementa en 100 hectáreas sus plantaciones de paraguayos.
- Fruits de Ponent incrementa en 300 hectáreas sus frutales de hueso.
- Grupo Atanasio Naranjo busca el mercado español.
- Nogalfruits refuerza su línea de hueso.
- Nuestrahuerta.com ofrece fruterías virtuales on-line por 180 euros al año.

### Secciones

5	Editorial	50	La Pizarra
6	360 horas	52	Línea Gourmet
8	Nombres	53	Primer Corte
		54	La Imagen



### Cuaderno

Pags. 16-28

El segmento de tomate rama pierde fuerza en el Sur de España como consecuencia de liquidaciones bajas a los productores y la falta de confianza del mercado en este producto. El tomate suelto y el verde acostillado toman el relevo en hectáreas y, por este motivo, se multiplican las novedades en este segmento. No obstante, el panel de tomate rama también se amplía con la entrada en el negocio de nuevas variedades de Fitó, Rijk Zwaan, Hazera y Monsanto.



### En Portada

Pags. 10-11

La administración francesa quiere poner límites a los márgenes comerciales en el lineal de frutas y hortalizas entre los supermercados e instaurará un impuesto especial a los supermercados que se excedan en el precio en periodos de crisis coyunturales.



### Entrevista

Pags. 12-13

Juan Cano, gerente de Transinter Cano: "El transporte por vía marítima es más caro que por carretera"

Edita:

HORTO  
DEL PONIENTE



C/ Turquía, 1º - Edif. Adriano  
Portal I - 6º D. 04009 Almería  
Telf. +34 950 62 54 77  
Fax +34 950 14 06 89  
E-mail: info@fyh.es  
www.fyh.es

Director: **Rafael I. Losilla Borreguero**

Redacción y Firmas: **Francisco Flores, Daniel Lafuente, Francisco Bonilla.**  
Corresponsales: **Francisco Seva** - Comimaginación (Murcia), **Pedro Alonso** (Reino Unido), **Omar Sidahi Gabri** (Marruecos), **Natalie Traverso** (Chile), **René Rombouts** (Holanda), **Giovanni Nicotra** (Italia).  
Producción y suscripciones: **Trinibel Barranco**. Departamento Comercial: **Manuel Flores** (jefe de sección), **Oscar Cañadas** (ejecutivo de cuentas). Diseño y Maquetación: **Francisco Valdivia.**  
Imprime: **Gráficas Piquer.**

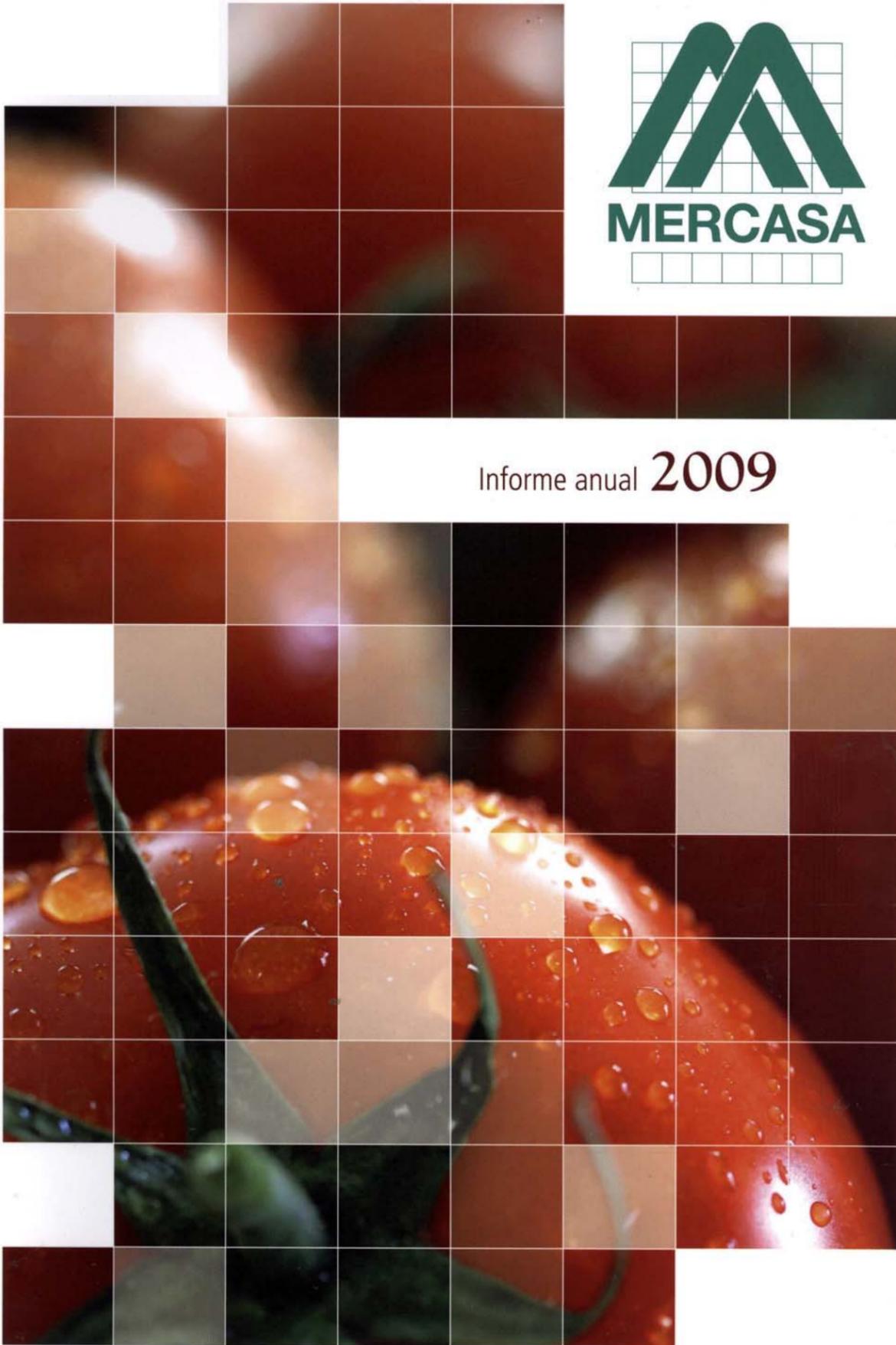
Depósito Legal: Al - 270 - 2000. ISSN: 1886 - 6484

F&H es una revista pluralista que, respetando las opiniones de todas las colaboraciones que se insertan en la misma, no se hace, necesariamente, partícipe de ellas.

**F&H**  
FRUTAS Y HORTALIZAS



Informe anual **2009**



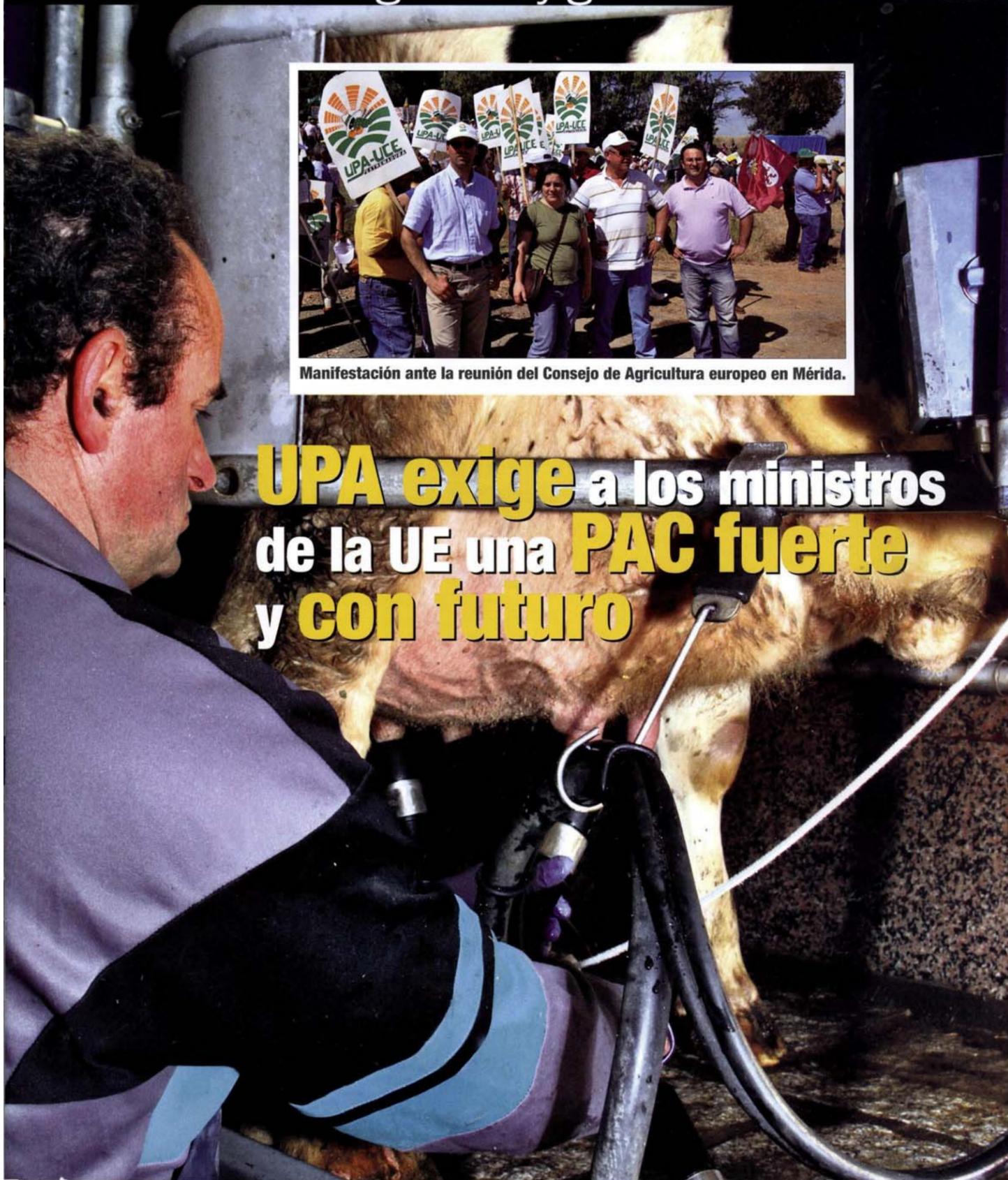
# Índice

■ Carta del Presidente .....	4
■ Responsabilidad social de Mercasa y compromiso con el desarrollo sostenible .....	9
■ Entorno económico y sectorial .....	13
La economía mundial en 2009 .....	14
La economía española en 2009 .....	15
Evolución de los precios .....	16
Consumo alimentario en 2009 .....	18
Gasto y consumo per cápita en hogares .....	22
Diferencias territoriales .....	23
Evolución del consumo por productos .....	24
Comercialización de alimentos y bebidas .....	25
Gasto y consumo alimentario fuera del hogar .....	26
Evolución de las ventas minoristas .....	28
■ Red de Mercas .....	29
Estudio sobre el posicionamiento de las Mercas en la cadena alimentaria .....	30
Estructuras de la Red de Mercas .....	38
Comercialización mayorista en la Red de Mercas .....	43
Mejora y ampliación de servicios en la Red de Mercas .....	70
Gestión medioambiental en la Red de Mercas .....	82
■ Red de Centros Comerciales de Mercasa .....	93
■ Asistencia técnica .....	101
■ Remodelación de Mercados Municipales Minoristas .....	105
Remodelación de Mercados Municipales Minoristas .....	106
Estudios de viabilidad y remodelación .....	108
Proyectos de cooperación internacional .....	112
6º Encuentro Nacional de Mercados Municipales Minoristas .....	114
■ Actividad internacional .....	119
■ Distribución y consumo .....	123
Actuaciones de Mercasa para contribuir a la transparencia, la competencia y la eficiencia en cadena alimentaria .....	124
Información sobre alimentación, distribución y consumo .....	127
■ Informe de auditoría de cuentas anuales individuales .....	127
■ Informe de auditoría de cuentas anuales consolidadas .....	137
■ Consejo de Administración. Capital social. Organigrama. Cuadros de las empresas del Grupo. ....	149
Consejo de Administración .....	150
Capital social .....	151
Organigrama .....	152
Cuadro de empresas del Grupo .....	154
■ Directorio .....	155
Red de Mercas .....	156
Centros Comerciales .....	158

número 220 • mayo-junio 2010

# la tierra

del agricultor y ganadero



Manifestación ante la reunión del Consejo de Agricultura europeo en Mérida.

**UPA exige** a los ministros de la UE una **PAC fuerte y con futuro**

# Editorial

## Mañana empieza 2014

AÑO XXVII. Nº 220  
MAYO-JUNIO 2010  
EDITA  
**UNIÓN DE PEQUEÑOS  
AGRICULTORES  
Y GANADEROS (UPA)**  
**REDACCIÓN Y  
ADMINISTRACIÓN**  
Agustín de Betancourt, 17-3.ª  
28003 MADRID  
Tel.: 915 541 870  
Fax: 915 542 621  
latierra@upa.es  
[www.upa.es](http://www.upa.es)  
**DIRECCIÓN**  
Comisión Ejecutiva  
Federal de UPA  
**REDACCIÓN**  
Ataúlfo Sanz  
José Manuel Delgado  
Héctor Sainz  
Carlos Polaino  
Javier Alejandre  
Mari Luz de Santos  
David Erice  
Rubén Castro  
Paula Sánchez  
Ana Batanero  
Mª Carmen Cobano  
Nieves Alonso  
Raquel Jiménez  
Mariola Nuñez  
Ginés Mena (Andalucía)  
C. Ballesteros (C.-La Mancha)  
Óscar Fontán (Castilla y León)  
Remedios Cordero (Badajoz)  
Xosé da Riva y  
Mª José Imia (Galicia)  
Luis de Juan Bejarano (Bruselas)  
**SECRETARÍA**  
Pilar Montañel, Ernestina Rufo,  
Manuela Nuñez, Pilar García,  
Luisa Villegas  
**FOTOGRAFÍA**  
Archivo UPA  
**PUBLICIDAD**  
Agustín de Betancourt, 17-3.ª  
28003 MADRID  
Tels.: 915 339 781 / 915 338 355  
Fax: 915 350 827  
publicidad@upa.es  
**DISEÑO Y MAQUETACIÓN**  
QAR Comunicación  
**IMPRESIÓN**  
Gráficas Jomagar  
D.L.M.: 9227-1984  
Esta revista está impresa en  
papel con celulosa blanqueada  
totalmente sin cloro, a partir de  
materias obtenidas con criterios  
ecológicos y sostenibles.

LOS tiempos no vienen buenos. Las consecuencias del disparate económico mundial (que sus propios provocadores han dado en llamar "crisis") nos están afectando a todos; aunque, como siempre, a unos más que a otros.

Los profesionales de la agricultura y la ganadería de la Unión Europea arrastramos desde hace años nuestra propia crisis por el desmantelamiento de la PAC y el consentimiento de mercados injustos que no reconocen el valor de nuestros productos. Estamos hartos de decirlo.

Y en medio de este escenario, ya se ha abierto de lleno un nuevo debate, que la jerga comunitaria ha

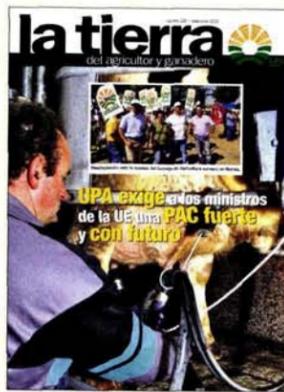
dado en llamar "la PAC más allá de 2013", y que en la práctica significa nuevas y muy serias incertidumbres sobre el futuro.

Nosotros lo tenemos muy claro. Y lo decimos en todas partes. En la calle, ante los ministros europeos reunidos en Mérida, en las negociaciones con el Gobierno español (cuando las hay), en las reuniones del COPA, ante el Parlamento Europeo... Donde se nos pueda escuchar.

Sabemos que 2014 no es el futuro; es mañana. Y por ello exigimos, con propuestas sólidas, que la PAC se mantenga con fuerza y recursos suficientes, y que el ordenamiento general de la actividad agraria y económica en general –que es responsabilidad de los gobiernos democráticos y no de los "mercados"– reconozca el valor de nuestro trabajo.



## Sumario



- 5 Acción sindical
- 10 Uniones sectoriales
- 17 Uniones territoriales
- 25 Agricultores y ganaderos del siglo XXI
- 28 FADEMUR
- 34 Mercados
- 38 De interés

# MERCADOS

La Revista del Sector Hortofrutícola / Num.89 / Junio 2010

## **Buen arranque de la campaña de fruta de hueso**

*Good start for  
the stone fruit trade campaign*

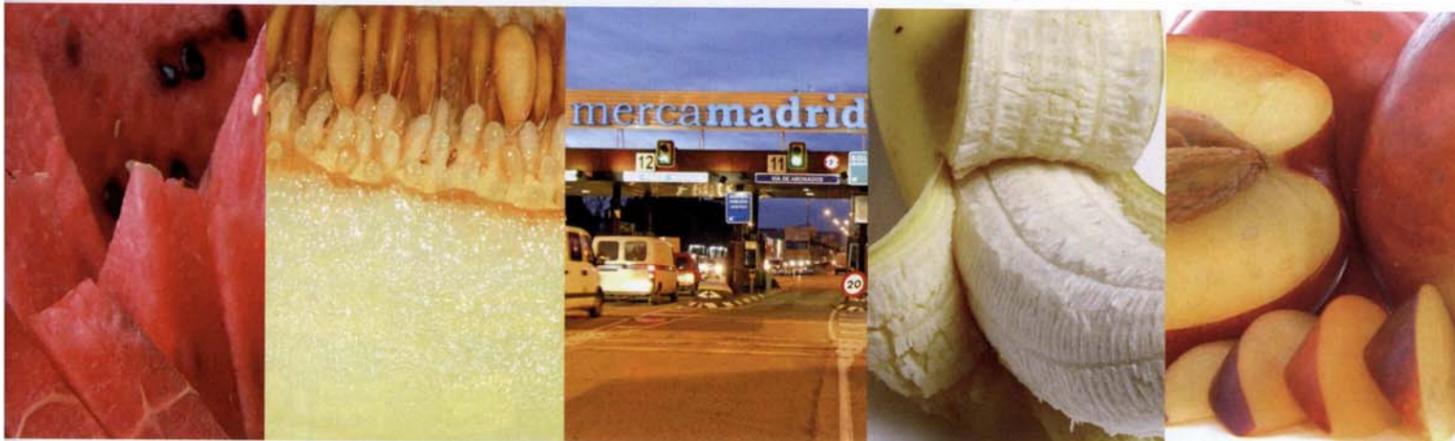


## **El Gobierno francés apoya al Plátano de Canarias**

*French Government supports  
Canarian banana*

## **Onubafruit recibe el Premio Agricultura y Pesca 2009 de la Junta de Andalucía**

*Onubafruit granted with the 2009  
Agriculture and Fishing Award  
by the Andalusian Regional Government*



4 } Carrefour, un modelo comercial abierto donde el consumidor es quien elige

Carrefour, an open commercial model where consumers are the ones who choose

6 } Un paseo para conocer las manzanas Val Venosta

A walk to know Val Venosta apples

12 } Buenas expectativas para el sector de fruta de hueso. GENERAL FRUTA DE HUESO

Good outlooks for the sector of stone fruits

13 } Un buen precio, esencial para la sostenibilidad del sector de fruta de hueso. ASOFRUIT

A good price, essential for the sustainability of the sector of stone fruit

16 } ¿Quién defiende este negocio?

Por Víctor Irache, gerente de FRUTOSOL

Who defends this business?

20 } Extremadura podría iniciar la exportación a México esta misma campaña. AFRUEX

Extremadura could start exporting to Mexico this very campaign

## sumario

Junio 2010

44 } El valor del producto debe ser el argumento de venta

ANECOOP

Product value must be the sale argument

50 } “Hay que mantener un equilibrio entre el precio y la calidad”

SAT HORTIMAN

“We must keep a price-quality balance”

74 } “El Gobierno francés es quien defiende al plátano de Canarias”

ASPROCAN

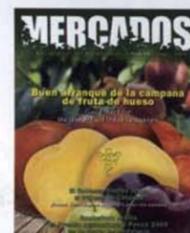
“French Government is the one which defends Canarian Banana”

79 } Los Mercas dominan el comercio pero no el precio

Wholesaler ‘Mercas’ dominate trade, but not price



EDITA: Laméyer S.L. DIRECCIÓN: Amalia del Río Laméyer REDACCIÓN: Alicia Lozano, Marga López, Raquel Pérez PRODUCCIÓN EMPRESAS: Alicia Lozano, Marga López ADMINISTRACIÓN: Jorge Cobos. Fotografías Interiores: Laméyer S.L. y otros TRADUCCIÓN: Lázaro Entrenas DISEÑO Y MAQUETACIÓN: Juan Olivares DISEÑO PORTADA. REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN: Ctra. Sevilla-Málaga, Km. 1. Mercasevilla 41020 Sevilla. Teléfono: 954 25 88 51 - 954 25 71 25 Fax: 954 25 19 94 E-mail: redaccion@revistamercados.com - www.revistamercados.com FILMACIÓN E IMPRESIÓN: Escandón Impresores Dep. Legal; SE - 917 - 1994 La editora no se hace responsable de los contenidos firmados por cada autor, ni tiene porqué compartirlos. Se prohíbe la reproducción total o parcial de los artículos publicados.



# Vida **RURAL**

www.vidarural.es

1 JUNIO • Nº 310 • AÑO XVII • 9/2010

El quincenal del campo

## INFORME

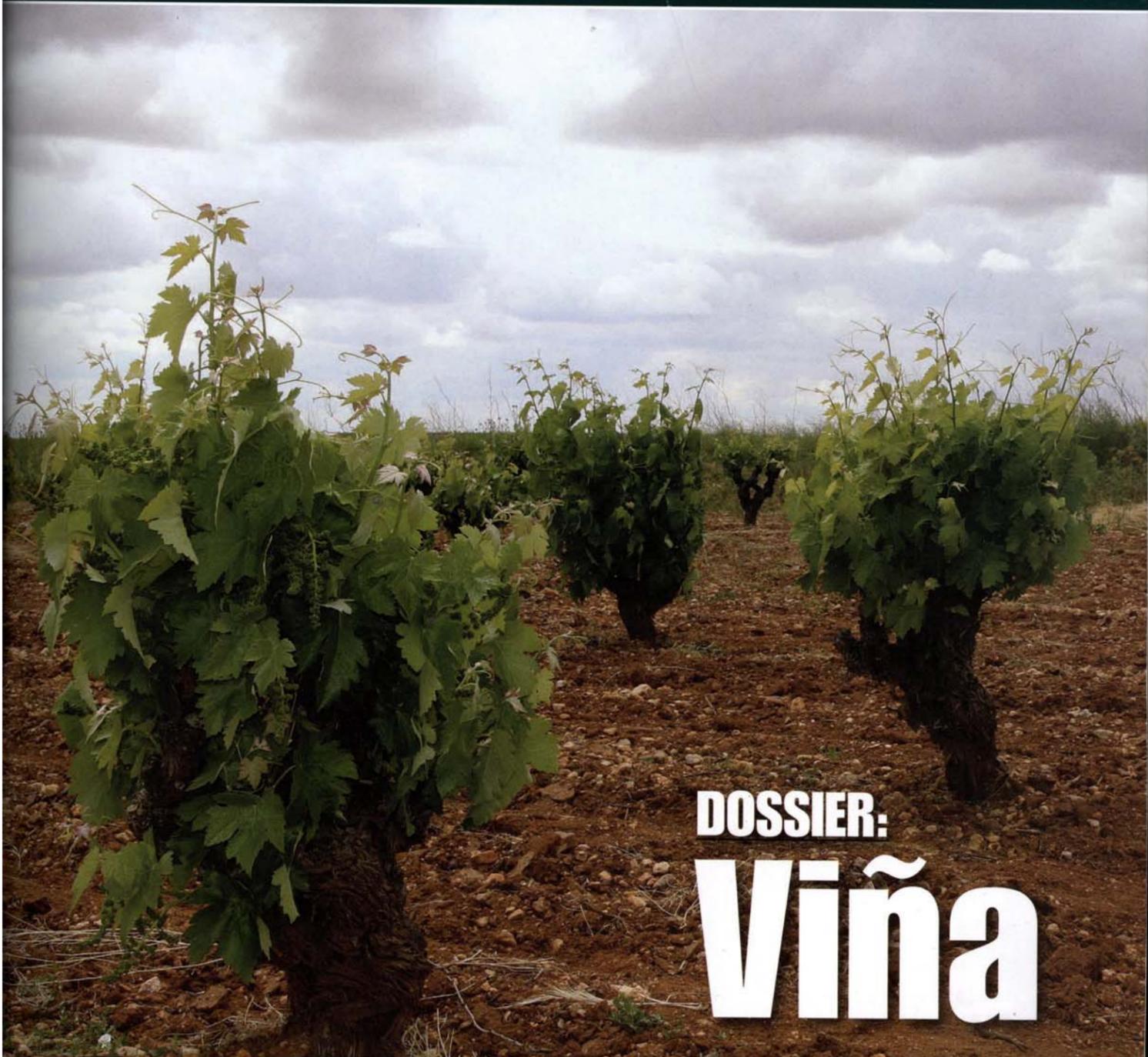
Análisis de la situación del control de malas hierbas en el cultivo del maíz en España

## CULTIVOS

Consideraciones agronómicas y económicas de la quema de rastrojos frente a otras técnicas

## CULTIVOS

Distribución en los distintos calibres de aceituna de la variedad Hojiblanca



DOSSIER:

# Viña

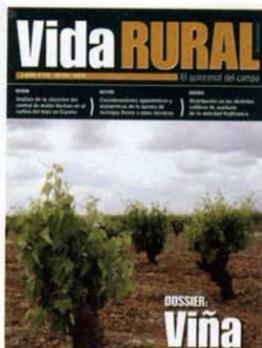


Foto de portada:  
Arancha Martínez

**DIRECTOR:**

Jaime Lamo de Espinosa, Dr. Ingeniero Agrónomo y Economista. Catedrático ETSIA (UPM).

**COMITÉ TÉCNICO-CIENTÍFICO:**

Alberto Ballarín Marcial, Abogado, Madrid.  
 Julián Briz E. Catedrático ETSIA (UPM).  
 Tomás G. Azcárate, Dr. Ing. Agrónomo, Dirección General Agricultura (UE).  
 Enrique Falcó y Carrión, Dr. Ingeniero Agrónomo, Empresario agrario.  
 Fernando Gil Albert, Catedrático ETSIA (UPM).  
 Emilio Godia, Empresario agrario.  
 Javier López de la Puerta, Empresario agrario.  
 Manuel Ramón Llamas Madurga, Catedrático Hidrogeología.  
 Rafael Manuel Jiménez Díaz, Catedrático ETSIAM (UC).  
 Jaime Ortiz-Cañavate, Catedrático ETSIA (UPM).  
 Santiago Planas, Dr. Ingeniero Agrónomo.  
 Pedro Urbano, Catedrático ETSIA (UPM).  
 Luis López Bellido, Catedrático ETSIAM (UC).  
 Ramón Alonso Sebastián, Catedrático ETSIA (UPM).

**EDITA:**



**PRESIDENTE:** Eugenio Occhialini.  
**VICEPRESIDENTE:** José M. Hernández.

**© EUMEDIA, S.A. REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y PUBLICIDAD:**

CLAUDIO COELLO, 16, 1.º Dcha. - 28001 MADRID  
 TELÉFOS.: 91 426 44 30/91 578 05 34.  
 TELEFAX: 91 575 32 97. - www.vidarural.es

**REDACCIÓN:** e-mail: redaccion@eumedia.es

Subdirector: Luis Mosquera.  
 Coordinación técnica: Elena Mármol.  
 Coordinación periodística: Arancha Martínez, Alfredo López, Alejandro Vicente, Jose E. Chao, Diego Juste.

**DISEÑO GRÁFICO Y MAQUETACIÓN:**

Marina García y Josep Luis García.

**DEPARTAMENTO PUBLICIDAD:** publicidad@eumedia.es

Directora: Nuria Narbón.  
 Alberto Rabasco, Alberto Velasco, Cristina Cano.

**DELEGACIONES COMERCIALES:**

Cataluña: Sergio Munill.  
 Teléf.: 93 246 68 84. Fax: 93 246 68 84.  
 Zona Sur: Yolanda Robles.  
 Teléf. y fax: 958 15 30 35.

**DPTO. ADMINISTRACIÓN Y SUSCRIPCIONES:**

Concha Barra (administración).  
 Mariano Mero (informática y suscripciones).  
 Mercedes Sendarrubias y Verónica Casas (suscripciones).  
 suscripciones@eumedia.es

ISSN: 1133-8938. Depósito Legal: M-3390-1994

**FOTOMECÁNICA E IMPRESIÓN:** IMPRIMEX.

EUMEDIA, S.A., no se identifica necesariamente con las opiniones recogidas en los artículos firmados.

© Reservados todos los derechos fotográficos y literarios.



Vida Rural es miembro de Eurofarm, Asociación de las revistas agrarias más importantes de Europa.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta publicación solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de la misma.

**ACTUALIDAD**

Carta del director	3
Meteorología	7
En portada	8
Ferias y Congresos	10



Plan Star Olivar,  
innovar para mejorar

12

**DOSSIER VIÑA**

21

El sector del vino no acaba de adaptarse a la nueva OCM

Estimación del rendimiento de Tempranillo en tres densidades de plantación

Efectos productivos y cualitativos básicos del aclareo de racimos

Diagnóstico nutricional mediante el análisis del limbo y peciolo de la variedad Garnacha tinta

Síntomas, daños y control del oídio en el cultivo de la vid

Importancia de la variabilidad espacial del suelo en la viticultura de precisión



**INFORME**

Análisis de la situación del control de malas hierbas en el cultivo del maíz en España. Sociedad Española de Malherbología.

57

**CULTIVOS**

Consideraciones agronómicas y económicas de la quema de rastrojos frente a otras técnicas Ángel Fombellida.

60

Tamaño de los frutos y distribución en los distintos calibres de aceituna de la variedad Hojiblanca.

F. Castillo-Llanque, I. Moreno-Álías, S. Hammami y F. Rapoport.

66

**NOTICIAS DE EMPRESAS**

Dow AgroSciences, Goodyear

70

Trelleborg

72

"Rutas del Vino" (1ª)

Serie  
**FONDO DOCUMENTAL**  
audiovisual moderno

Descubriendo **el Jerez**  
Discovering **Sherry**



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

SUBSECRETARÍA

SECRETARÍA GENERAL  
TÉCNICA

Serie  
**FONDO DOCUMENTAL**  
audiovisual moderno

**LOS PAISAJES DEL VIÑEDO:  
La etnografía como herramienta  
para su estudio y protección**



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

SUBSECRETARÍA

SECRETARÍA GENERAL  
TÉCNICA