

valencia fruits

12 de mayo de 2020 • Número 2.894 • Año LVIII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Luis Planas pone en valor el funcionamiento ejemplar del conjunto de la cadena alimentaria durante la crisis del coronavirus. / MINISTERIO DE AGRICULTURA

Luis Planas analiza la actuación del sector durante la crisis del coronavirus y habla sobre el futuro

Valencia Fruits entrevista al ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

En la entrevista concedida a **Valencia Fruits**, Luis Planas pone en valor el funcionamiento ejemplar de la cadena alimentaria durante la crisis del coronavirus. El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación destaca que el sector se ha legitimado al actuar de una forma eficiente y segura, con "fortaleza y solidez", garantizando el abastecimiento de la población primando la seguridad de los trabajadores.

Más allá de las especiales circunstancias de este momento de emergencia, Planas reflexiona sobre los problemas que el sector venía arrastrando como la necesidad de "un sistema agrario fuerte y una cadena alimentaria eficiente" y anima a que el sector se organice utilizando la fórmula de la interprofesional, tarea para la que ofrece el apoyo institucional. Mientras, en el Ministerio se trabaja en las medidas que permitan ir "recuperando la normalidad".

Con o sin pandemia, las campañas en el campo se suceden y el ministro es plenamente consciente de cuáles están en marcha, a qué retos se enfrentan en este contexto operativo inédito, así como los resultados de temporadas tan importantes para la economía española como la de cítricos que, tras un precedente desastroso, este año va a cerrar "una buena campaña".

Luis Planas muestra en esta entrevista su apoyo y confianza en el sector de las frutas y horta-

lizas en España, "un sector líder europeo y mundial que tiene claros los objetivos por los que debe trabajar", poniendo de relieve que está respondiendo al reto durante la emergencia sanitaria y que ha de continuar trabajando para resolver sus problemas estructurales y enfrentarse al futuro desde una renovada posición de prestigio que nunca debió perder. Son tiempos difíciles, pero hay motivos para el optimismo.

Más información en págs 2, 3 y 4



Esta semana

7 Cataluña vuelve a batir el récord de ventas de manzanas y peras por segundo mes consecutivo

La CE amplía el control en la entrada de naranjas y mandarinas turcas

8 "Qué nos queda de campaña citrícola". Análisis del consultor hortofrutícola Paco Borrás

10 "Artimañas de guante blanco para sacarnos de nuestro principal mercado". Artículo de Inmaculada Sanfeliu, directora general del CGC

11 Arranca la campaña de ajo en un escenario de incertidumbre

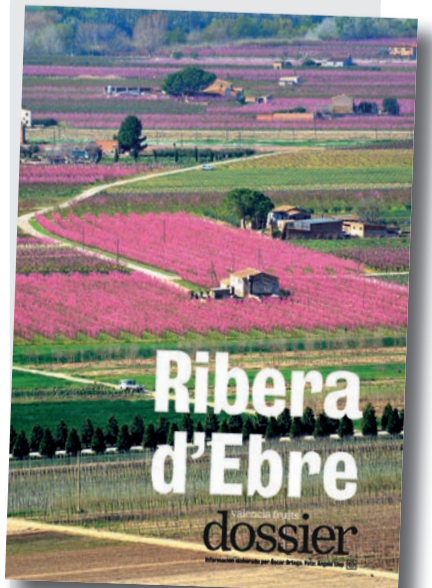


12 Mercados franceses

Saint-Charles International se adapta ante la crisis

El Mercado de Rungis pone en marcha un servicio de entrega para particulares

Francia necesita 200.000 trabajadores para sacar adelante su campaña hortofrutícola estival



Ribera d'Ebre
dossier

ÍNDICE

Agrocomercio:	7
Agrocultivos:	11
Agrocotizaciones:	15
Noticias de empresas:	19



FOMESA FRUITECH
Your postharvest partner since 1955

Excelencia en productos postcosecha

Camí del Racó, 42 · Pol. Ind. Norte | T. +34 96 121 18 62 | info@fomesafruitech.net
46469 Beniparrell · Valencia (España) | F. +34 96 121 41 13 | www.fomesafruitech.net





Luis Planas en una reciente intervención en el Congreso de los Diputados durante el estado de alarma. / FOTOGRAFÍAS: MAPA

“Estamos trabajando ya en estos momentos en las medidas que permitan ir recuperando la normalidad”

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación trabaja a máximo rendimiento en la crisis provocada por el COVID-19, supervisando y generando normas que garanticen el funcionamiento de la cadena alimentaria para asegurar el abastecimiento de la población. Al frente del Ministerio, Luis Planas analiza en esta entrevista el comportamiento de una cadena “moderna, efectiva y que funciona muy bien” y anuncia que ya se está trabajando en el día después, cuando llegue la ‘nueva normalidad’ a un sector con un prestigio recuperado que no se detiene y en el que queda espacio para buenas noticias como los resultados de la campaña de cítricos 19-20.

Valencia Fruits. *El sector agroalimentario español está demostrando su capacidad de trabajo y de compromiso en esta crisis sin precedentes, ¿qué destacaría del papel desempeñado por el sector en estos días tan difíciles para nuestra sociedad?*

Luis Planas. Una de las grandes lecciones que podemos extraer de esta crisis generada por el coronavirus es el funcionamiento de toda la cadena alimentaria. Desde agricultores, ganaderos, pescadores, hasta trabajadores de supermercados y tiendas, pasando por cooperativas e industrias agroalimentarias, transportistas y distribuidores, han mostrado su fortaleza y solidez a la hora de garantizar el abastecimiento en circunstancias complicadas.

Es un hecho que merece mi reconocimiento y que creo que ha servido para que todo el sector se legitime y se prestigie ante

la sociedad. Esta crisis ha puesto de manifiesto que la cadena alimentaria en España es moderna, efectiva y funciona muy bien. La seguridad que transmite su buen hacer se ha convertido en un pilar del bienestar de las personas, aun en unas circunstancias de estrés social tan excepcionales.

Ahora, podemos percibir claramente que se trata de un sector estratégico en términos económicos y sociales, pero también es fundamental en algo tan importante como la seguridad alimentaria.

VF. *Han pasado ya varias semanas desde que se decretase el estado de alarma, ¿ha habido algún momento o sector en los que haya peligrado el abastecimiento en algún momento?*

LP. Uno de los factores reseñables en este periodo es el flujo del abastecimiento. En los primeros días, hubo un repunte por el acopio de alimentos no precede-

“Una de las grandes lecciones que podemos extraer de esta crisis generada por el coronavirus es el funcionamiento de toda la cadena alimentaria”

“Se trata de un sector estratégico en términos económicos y sociales, pero también es fundamental en algo tan importante como la seguridad alimentaria”

“Esa rápida y eficaz respuesta de la cadena alimentaria ha influido, sin duda, en la confianza de la ciudadanía sobre la garantía del abastecimiento”

“La reducción de la demanda de algunos productos tiene estrecha relación con el cierre del canal Horeca (...) un 14% de lo que consumimos lo hacemos fuera del hogar”

ros, lo cual supuso un incremento de casi un 30% en el consumo de los hogares que, luego, ha ido decreciendo de forma paulatina. En esos días hubo momentos en los que fue necesario hacer grandes esfuerzos para reponer los estantes de arroz, pasta, legumbres o harina, cuyo consumo casi se cuadruplicó, pero que después, ha disminuido.

Esa rápida y eficaz respuesta de la cadena alimentaria ha influido, sin duda, en la confianza de la ciudadanía sobre la garantía del abastecimiento, de manera que, ahora, los últimos datos reflejan ya que la compra de alimentos está totalmente estabilizada. Además, hay que señalar que la mayoría de estos alimentos se producen en España, que, además, ha mantenido sus exportaciones a países europeos.

VF. *También ha habido reducción de la demanda de algunos productos, hasta el momento, ¿qué producciones son las más afectadas?*

LP. La reducción de la demanda de algunos productos tiene estrecha relación con el cierre del canal Horeca, que distribuye a todo el sector de hostelería, restauración y bares.

Hay que tener en cuenta que un 14% de lo que consumimos

lo hacemos fuera del hogar. El sector Horeca tiene un peso fundamental y representa casi un tercio de todo el dinero que gastamos en alimentación. Su cierre ha sido el elemento más disruptivo en nuestro sector y los productos más afectados han sido el cordero, los quesos de cabra y oveja y el pescado fresco.

Por ello estamos pidiendo, en Bruselas, posibilidades de almacenamiento para el sector ovino y caprino. Aparte de eso, desde el Gobierno, animamos al consumo de esos productos de primera calidad a través, por ejemplo, de los canales de venta directa que se han organizado del sector ovino y caprino.

En el sector pesquero -en los caladeros nacionales, porque los que faenan en aguas internacionales están funcionando sin problemas- la Comisión Europea, a petición de España, acaba de aprobar una flexibilización del Fondo Europeo Marítimo y Pesca, de manera que nos permitirá la financiación de las paradas temporales de la flota, así como el almacenamiento.

VF. ¿Qué control está ejerciendo el Ministerio sobre la especulación en torno a algunos precios en productos hortofrutícolas, después de haber constatado la subida de precios en algunas referencias en frutas y hortalizas?

LP. El Gobierno, a través del Instituto Nacional de Estadística (INE) hace un seguimiento permanente de los precios de los alimentos, que se refleja mensualmente en el Índice de Precios al Consumo (IPC). Además, desde este Ministerio se hace un seguimiento exhaustivo de cada uno de los sectores de los que somos competentes. Desde que se declaró el estado de alarma se ha trabajado intensamente para hacer un continuo diagnóstico de la situación de cada uno de ellos, además de la reunión del observatorio de precios la cadena alimentaria celebrada el pasado mes de abril.



Gran parte de las reuniones tienen que realizarse en formato virtual, pero así se logra el objetivo de seguir trabajando y avanzando hacia la nueva normalidad.

"En el caso de frutas y hortalizas no hemos detectado que las oscilaciones en precios se deban a la especulación"

"Uno de los primeros problemas con los que se encontraron los productores fue la necesidad de proteger a todos sus empleados y la dificultad para encontrar equipos de protección"

"El Real Decreto-Ley 13/2020, además de hacer frente a esta situación de necesaria y urgente necesidad, aporta un marco normativo inédito que generará oportunidades de empleo al compatibilizar la percepción de prestaciones con un salario"

En el caso de las frutas y hortalizas, no hemos detectado que las oscilaciones en los precios sean debidas a la especulación, sí que hemos visto que se han producido algunas subidas y bajadas de precios, pero nada significativo y cuando se ha producido un alza ha sido achacables a motivos objetivos.

Todos los que forman parte de la cadena alimentaria están in-

curriendo en mayores costes que repercuten en el precio final, en muchos casos sin que los márgenes de la distribución hayan sido alterados.

No se han detectado cambios de precios relevantes, más allá de los relacionados con la variabilidad propia de la estacionalidad habitual de algunos productos. Los productos más tempranos, al inicio de cada estación, son siempre más caros, ya que hay menos, que los de plena temporada. Esto ocurre, por ejemplo, en fresa, cereza, melón. Además, en el final de campaña de algunas frutas, como los cítricos, los precios suelen ser más altos que en otros momentos de mayor oferta de esas frutas.

VF. Se ha tenido que compaginar la seguridad con la garantía de abastecimiento de la población con la gestión de problemas, ¿cuáles son los problemas más graves con los que está teniendo que batallar el sector en esta crisis?

LP. Uno de los primeros problemas con los que se encontraron los productores fue la necesidad de proteger a todos sus empleados y la dificultad para encontrar equipos de protección. Las normas de distanciamiento obligaron a tener plantas con menos trabajadores, lo que lógicamente afectó a la productividad, unido a un cierto porcentaje de absentismo laboral por el miedo al contagio.

Otro problema al que han tenido que enfrentarse ha sido la necesidad de contar con más vehículos para trasladar a los empleados, por las restricciones de ocupación.

Desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación hemos trabajado intensamente

(Pasa a la página siguiente)

Cítricos 2019-2020: "Creo que ha sido una buena campaña"

VF. El pasado año el sector cítrico atravesó una profunda crisis de precios, ¿qué ha ocurrido esta campaña?

LP. Creo que ha sido una buena campaña. La actual campaña 2019/20 se inició con unas previsiones de producción inferiores a las de la campaña anterior, que había sido un año récord. En concreto, esta es la temporada con la producción más baja de los últimos 4 años. Además, las lluvias caídas durante el otoño fueron favorables para obtener mejores calidades y calibres. En este contexto, las cotizaciones se incrementaron notablemente respecto a las registradas en la pasada campaña y han sido muy remuneradoras para los agricultores.

Las subidas de precios se han acentuado en las últimas semanas, sobre todo en campo. Por ejemplo, la naranja tipo Navel ha subido su cotización en los últimos 30 días un 30% en campo, en tanto que a su salida de central lo ha hecho en un 19%.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, sensible a los problemas que el pasado año puso en un serio aprieto al sector de los cítricos, en colaboración con las asociaciones agrarias, cooperativas, organizaciones sectoriales y la distribución analizó las causas de la crisis del sector para contribuir a mejorar su situación de manera duradera.

Propuse 16 medidas dirigidas a ajustar la oferta, mejorar la estructura y favorecer la internacionaliza-



"El funcionamiento eficaz de una interprofesional es clave para el sector de los cítricos y para afrontar la competencia internacional de producciones emergentes"

moción del consumo de cítricos en la Unión Europea y en terceros países.

El funcionamiento eficaz de una interprofesional es clave para el sector de los cítricos y para afrontar la competencia internacional de producciones emergentes.

El sector tiene que hacer sus deberes y organizarse, aprovechar estos momentos buenos para ponerse manos a la obra y para que los problemas estructurales no vuelvan a pasar factura al sector. ■



Felipe VI se reunió con Luis Planas para analizar conjuntamente la situación producida por el COVID-19.

“Estamos trabajando ya en estos momentos...”

(Viene de la página anterior)

para dar respuesta a las consultas y preocupaciones que los productores nos han ido trasladando por las distintas vías de comunicación, que hemos tenido abiertas y en funcionamiento al cien por cien.

Hemos colaborado así para compatibilizar la necesidad de que los agricultores continúen con su imprescindible labor de abastecernos a todos de frutas con la salvaguardia de la salud de los trabajadores, técnicos, transportistas y todos los que participan en la cadena de producción y comercialización de estos productos.

El Gobierno es plenamente consciente de las dificultades que generan las restricciones de movilidad en toda la actividad económica y en el día a día de los ciudadanos pero que son sanitariamente necesarios. Por eso, se han ido tomando las decisiones que en cada momento han sido necesarias para la contención y erradicación de la pandemia, y estamos trabajando ya en estos momentos en las medidas que permitan ir recuperando la normalidad, cuando ello sea posible, de cara a la fase siguiente de desescalada.

VF. En el caso de la falta de mano de obra, ¿qué salidas puede encontrar el campo español teniendo en cuenta la diferente casuística de cada zona productora?

LP. Hay muchas diferencias tanto regionales como por campaña. Por eso, desde el Ministerio se han ido analizando las diferentes casuísticas y evaluando las necesidades del campo español, especialmente en las campañas más próximas como níspero, fruta de hueso y hortalizas de primavera y verano.

En dichos análisis, que se realizaron con la participación del propio sector, se evaluaron las necesidades, entre 75.000 y 80.000 trabajadores agrícolas temporales en España, tanto para tareas en campo como en centrales de manipulado.

Hemos dado soluciones urgentes a estas necesidades, y en esta línea el Gobierno aprobó el

Real Decreto-Ley 13/2020, de 7 de abril, por el que se adoptan determinadas medidas urgentes en materia de empleo agrario. Medidas complementarias a las habituales de contratación y que favorecen la contratación temporal de trabajadores en el sector agrario y cuya aplicación temporal, en principio, será hasta el 30 de junio, aunque estamos estudiando una posible prórroga hasta el 30 de septiembre.

De esta forma, además de hacer frente a esta situación de necesaria y urgente necesidad, este real decreto-ley aporta un marco normativo inédito que generará oportunidades de empleo al compatibilizar la percepción de prestaciones con un salario.

Se han articulado así medidas como la compatibilización de la prestación por desempleo o demás prestaciones de carácter social o laboral, con el desempeño de tareas agrarias, o como la prórroga del permiso de trabajo a personas migrantes cuyo periodo concluya entre la declaración del estado de alarma y el 30 de junio de 2020. Además, se han establecido medidas dirigidas a la contratación de jóvenes nacionales de terceros países, que se encuentren en situación regular, que tengan entre 18 y 21 años.

Creemos que estas decisiones van a permitir el desarrollo con relativa normalidad de campañas que se prevenían complicadas, teniendo como factor de referencia clave, la proximidad geográfica. Por ejemplo, el níspero de Alicante, donde muchas personas del sector turístico de la zona próxima de la costa se han podido acoger a estas prestaciones. Similar situación también se vive en Murcia con la campaña de fruta de hueso, iniciada recientemente.

VF. Justo antes de la crisis, el sector salió a la calle para poner en conocimiento de la sociedad todos los problemas que arrastraba. Pensando en el día después, ¿qué objetivos se debe marcar el sector?

LP. Esperamos que el sector salga claramente reforzado de esta situación, ya que la sociedad

“España es la principal productora y exportadora de buena parte de las frutas y hortalizas que se consumen en la UE, pero la rentabilidad de los productores está cayendo en los últimos años, y hay que trabajar para revertir esa situación”

“La Ley de la Cadena Alimentaria tiene por objeto reforzar la posición de los agricultores en la cadena, y muy especialmente, evitar que estos tengan que vender sus productos por debajo del coste de producción, y que se destruya el valor a lo largo de la cadena”

“Otro aspecto importante es mejorar el consumo en los hogares, especialmente de algunas frutas, un objetivo que es básico para el sector. Las campañas de promoción son muy necesarias y hace tiempo que no existen”

“Para acceder al apoyo financiero de los programas de promoción europeos es imprescindible contar con una organización interprofesional fuerte y cohesionada”

“El sector de las frutas y hortalizas en España es un sector líder europeo y mundial que tiene claros los objetivos por los que debe trabajar, y en este Ministerio contará con todo nuestro apoyo para mejorar su situación y mantener su liderazgo”

ha visto la necesidad de tener un sistema agrario fuerte y una cadena alimentaria eficiente que sabe responder a esta situación.

Pero no debemos apartarnos de la senda de trabajo que nos habíamos marcado, y que nos llevó, ya en febrero, a identificar los objetivos sobre los que se iba a trabajar en el corto y medio plazo en las frutas y hortalizas. Esa senda de trabajo venía marcada por la mejora de la competitividad. España es la principal productora y exportadora de buena parte de las frutas y hortalizas que se consumen en la UE, pero la rentabilidad de los productores está cayendo en los últimos años, y hay que traba-

jar para revertir esa situación. También hemos emprendido acciones para mejorar los precios percibidos por los agricultores. El Gobierno aprobó en febrero el Real Decreto Ley 5/2020 en el que se modifica la Ley de la Cadena Alimentaria. Una norma que tiene por objeto reforzar la posición de los agricultores en la cadena, y muy especialmente, evitar que estos tengan que vender sus productos por debajo del coste de producción, y que se destruya el valor a lo largo de la cadena.

Además, actualmente está en periodo de información pública un nuevo proyecto de Ley para avanzar en esta línea, incorporando a la Ley la Directiva

europea relativa a las prácticas comerciales desleales.

Todos estos cambios legislativos permitirán una mejora de la situación. Ahora son los agricultores y, sobre todo, las organizaciones de productores, los que deben trabajar exigiendo contratos, demandando que estos cubran sus costes y el cumplimiento de la normativa.

Otro aspecto importante es mejorar el consumo en los hogares, especialmente de algunas frutas, un objetivo que es básico para el sector. Las campañas de promoción son muy necesarias y hace tiempo que no existen. Para ello hay que trabajar desde diferentes frentes, en particular beneficiándonos del importante apoyo financiero de los programas de promoción europeos. Para acceder a estos fondos, es imprescindible contar con una organización interprofesional fuerte y cohesionada, porque es difícil entender que en el sector de la fruta de hueso, por ejemplo, no exista; y que la de los cítricos tarde en arrancar su funcionamiento. Por supuesto, hay que hacer la salvedad de AILIMPO, la interprofesional del limón y el pomelo, que es un excelente referente de lo que puede y debe hacerse. El sector tendrá todo el apoyo de este Ministerio para dar los pasos necesarios en el aspecto organizativo, pero no podemos hacerlo por él.

Hay que seguir trabajando para mejorar el funcionamiento y la transparencia de las organizaciones de productores, como instrumentos clave para concentrar la oferta, mejorando la posición del agricultor en la cadena. También hay que maximizar las posibilidades de utilización de buena parte de los instrumentos y fondos europeos que la Organización Común de los Mercados Agrarios (OCMA) pone a disposición de los productores: gestión de crisis, mejora de la comercialización, de la calidad...

El sector de las frutas y hortalizas en España es un sector líder europeo y mundial que tiene claros los objetivos por los que debe trabajar, y en este Ministerio contará con todo nuestro apoyo para mejorar su situación y mantener su liderazgo.

Fumispore®

Fumispore® vuelve a ocupar su puesto

La combinación [materia activa + sistema de ignición]
(ácido glicólico) (ultradifusión)
que permite alcanzar elevadas eficacias biocidas en
cualquier zona del recinto.

Fumispore® tiene eficacias muy elevadas en desinfección
ambiental, de superficies y de cajones y bins de
recolección. Eficacias que solo se conseguían por mojado
con potentes biocidas como los amonios cuaternarios.

Fumispore® ayuda a prevenir contaminaciones cruzadas y
a controlar podridos de frutas y hortalizas. Teniendo la
misma eficacia frente a las cepas S (sensibles) y las R
(resistentes) a los fungicidas en uso.

DESINFECCIÓN EFICAZ SIN RESIDUOS

valencia fruits

Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

JOSÉ LUIS SANTILLANA VILLAR

RAFAEL CABO CORTELL

MARÍA ROSA MONTÓ CAMARENA

■ preimpresion@valenciafruits.com

Administración

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

Distribución y Suscripciones

FERNANDO MELIÁ CAÑADA

■ distribucion@valenciafruits.com

Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ rocio.ferrer@valenciafruits.com

BENILDE PASCUAL FERRER

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

■ info@valenciafruits.com



SUCRO

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: Mediterráneo Proceso Gráfico

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

Empresa Asociada:



OPINIÓN

Con los agricultores y la economía local

Por GONZALO GAYO

Es vital nuestro apoyo a los agricultores y a las empresas locales para que juntos salgamos de esta crisis y que nadie quede atrás. Tenemos que enarbolar la bandera de la solidaridad que nos permite ganar a esta maldita pandemia. Necesitamos luchar juntos en la batalla de la recuperación de la economía. Vamos a vivir tiempos difíciles. Que nadie lo dude. Este tiempo va a seguir poniendo a prueba nuestras capacidades de lucha para salir de la crisis. No nos dejaremos vencer. Por nada y por nadie.

Superaremos cada dificultad con mayor esfuerzo y solidaridad. Vamos a pelear por la gente que trabaja de sol a sol para que en nuestra mesa no falte de nada. Deben saber que agradecemos su enorme esfuerzo comprando sus productos. No habrá dificultades que nos detengan si juntos conquistamos el futuro. Vamos a dar la batalla de nuestras vidas para apoyar a nuestra gente. A quienes lo dan todo, como ha demostrado el sector agroalimentario en esta pandemia.

Afrontamos una nueva etapa en la que siempre debe brillar la esperanza. Vamos a ser protagonistas de la historia, escrita cada día con la solidaridad y aplausos a nuestros sanitarios, fuerzas de seguridad y servicios públicos. Y ahora nos toca combatir una recesión anunciada. Tenemos que ser conscientes que nuestra fuerza y responsabilidad son claves en la recuperación de la industria, hostelería, servicios, tiendas de barrio y mercados municipales. Es el reto de un tiempo que nos ha tocado vivir como protagonistas de esta historia. Podemos conseguir lo que nos proponemos y hay que ponerse manos a obra.

Pronto volverán los mercados ambulantes, abrirán restaurantes y tiendas. Será el tiempo de arrimar el hombro para ayudar a nuestros vecinos y una economía local necesitada de apoyos. Nuestras decisiones como consumidores van a ser determinantes en la defensa del empleo. No habrá soluciones mágicas a golpe de BOE y decretos. Todo ayuda, sí. Pero ahora nos toca ganar la otra gran batalla arriman-



Productos del campo en el Mercado Central. / GONZALO GAYO

do el hombro. Es la hora de la solidaridad apoyando hoy más que nunca la economía local y a nuestros agricultores. Sabemos que los productos agrícolas de proximidad son sanos y sabrosos. Además, ofrecen el mayor aporte nutricional y mantienen intactas sus propiedades. Con nuestro apoyo también nos beneficiamos de la rica dieta mediterránea que nos aporta salud como demuestran con solvencia científica importantes estudios.

Tenemos poderosas razones para apoyar a nuestros agricultores y el gran esfuerzo que realizan cada día, pese a tantas dificultades, para que vivamos saludablemente. No olvidemos también que contribuyen a la sostenibilidad medioambiental y reducimos la contaminación atmosférica con un menor uso del transporte. Con nuestro apoyo a la economía local contribuimos a que mejoren las pequeñas explotaciones familiares y generamos oportunidades que evitan la despoblación rural.

La recesión va a ser dura. Las previsiones hablan de una caída de hasta el 13% del PIB. Las arcas públicas sufrirán un duro golpe en sus ingresos y un endeudamiento endiablado. Es imprescindible, necesario y urgente que nuestros representantes entiendan la responsabilidad histórica para alcanzar acuerdos pensando en la gente. Pactos y acuerdos que deben producirse a todos los niveles para reinventar un futuro de esperanza y prosperidad.

Es la hora del talento y la generosidad que permita explorar nuevas oportunidades.

Es la obligación no escrita de una generación obligada a conquistar un futuro mejor para nuestro hijos y las futuras generaciones, como lo hicieron nuestros mayores ante mayores dificultades. Lo conseguimos y lo conseguiremos. Nos dieron una gran lección de esfuerzo y sacrificios infinitos. Conquistaron un futuro y la libertad que disfrutamos con el enorme esfuerzo de sus vidas. Lo hicieron por nosotros. Hemos aprendido la lección, y ahora es nuestro turno.

Es necesario que las administraciones escuchen a las organizaciones agrarias. Según un estudio de La Unió de Llauradors, las pérdidas directas por la COVID-19 superan los 65 millones en la Comunitat Valenciana. Reclaman a la Conselleria de Agricultura que escuchen, no improvisen, y atiendan las demandas de las explotaciones agrarias a la hora de habilitar ayudas para que nadie se quede en la estacada. Piden, desde el consenso de las organizaciones agrarias, un mínimo de 11 millones de euros en ayudas destinadas a las personas productoras más afectadas por la COVID-19, sin ningún tipo de exclusión. Nos recuerdan que "sin agricultores y ganaderos no hay alimentos; somos el primer eslabón que mueve la cadena agroalimentaria y más necesarios que nunca ante este tipo de crisis".

Muchos dejaron atrás las protestas por la ruina para que ahora no nos falte de nada en esta larga batalla contra el virus. No lo olvidamos, y como consumidores podemos hacer

mucho más por tan buena gente. Es de justicia. Sabemos que trabajan aún más si cabe para seguir cumpliendo el objetivo de suministrar los alimentos y que no exista desabastecimiento en los lineales.

En breve, volveremos a las plazas de nuestros pueblos y ciudades. Allí habrá mercados locales que con gran acierto apoyan los ayuntamientos para potenciar que nuestros agricultores locales vendan sus productos de la huerta. Será otra oportunidad para premiar su esfuerzo y cariño junto a las tiendas de barrio y mercados municipales.

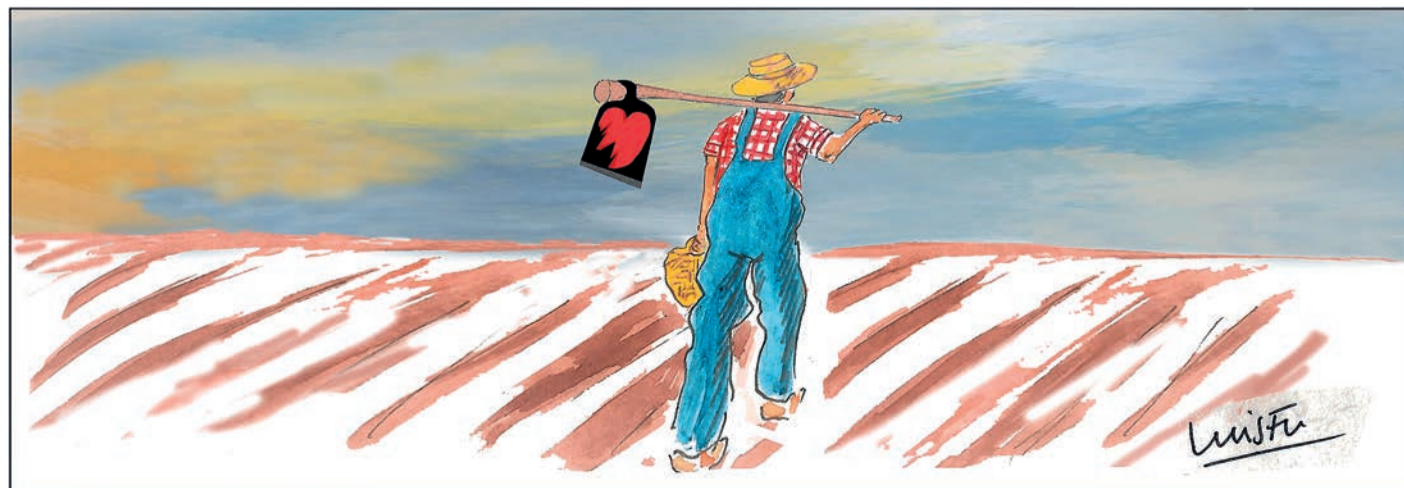
En breve también, comenzará a andar en la Cámara Baja la Comisión para la Reconstrucción Social y Económica de España que preside el diputado Patxi López. Será la oportunidad de exigir el apoyo a un sector agroalimentario que ha sido vital en esta crisis y será el motor de la recuperación.

Desde el 9 de marzo al 26 de abril el sector agroalimentario y los transportistas han provisto para el conjunto de la sociedad española más de 4,5 millones de toneladas de alimentos y bebidas, lo cual supone que los hogares han consumido más de un millón de toneladas más respecto al mismo periodo de 2019. Cifra que refleja el papel del sector como servicio esencial para toda la población. Esperemos también que en breve, alemanes y holandeses dejen de poner piedras en el camino de la solidaridad en Europa. La Comisión Europea debe adoptar medidas contra una crisis que nos afecta a todos y de la que solo juntos saldremos fortalecidos. Se espera esta semana una declaración conjunta y la puesta en marcha de un Plan Marshall para el siglo XXI. Es el tiempo de arrimar el hombro y de escribir las mejores páginas de la historia de este país.

La naturaleza es generosa y ha tejido una alianza durante generaciones de agricultores que atesoran la sabiduría que permite ofrecer hoy la mejor calidad de productos en cada temporada. Y cada decisión, cada euro que invertimos como consumidores, significa mucho si entre todos conseguimos que nadie quede atrás.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

La CE extiende el control sobre las naranjas y mandarinas de Turquía

► V.F. REDACCIÓN.

La Comisión Europea ha actualizado la lista de alimentos y piensos de países terceros a los que se han aumentado los controles temporales de entrada tras detectarse residuos de plaguicidas, como ha ocurrido con partidas de naranjas, mandarinas, clementinas, wilkins e híbridos de Turquía.

El Reglamento de Ejecución 2020/625 que el pasado jueves publicó el Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE) explica que el incremento de los controles a los cítricos turcos se debe a "la aparición de nuevos riesgos para la salud humana, debidos a una posible contaminación por residuos de plaguicidas".

Los controles se incrementan tras detectarse residuos de plaguicidas

La revisión de la lista de productos sujetos a una mayor inspección de frontera se realiza cada seis meses y tiene en cuenta las últimas notificaciones de los incidentes alimentarios detectados por el Sistema de Alerta Rápida para los Productos Alimenticios y los Alimentos para Animales (RASFF).

Junto a los contenidos de residuos de plaguicidas aparecen también como riesgo para la salud cantidades de salmonela, aflatoxinas, colorantes, Rodamina B, Ocratoxina A, cianuro y sulfitos. La intensificación de los controles oficiales se ha fijado también para las próximas entradas de uvas secas y granadas turcas; especias de Pakistán; judías de Kenia; semillas de sésamo de Sudán y de Uganda, y pimientos de la especie Capsicum (excepto los dulces) de la India y de Pakistán.

En el nuevo listado de alimentos y piensos sujetos a un aumento temporal de controles oficiales también figuran las partidas de cacahuets de Bolivia, Egipto, Ghana, Madagascar, Estados Unidos y China; pimienta negra de Brasil; hojas de perejil de Vietnam, azafrán de Etiopía y hojas de curry de India, entre otros.

La CE, sin embargo, ha decidido relajar los controles de frambuesa de Serbia y albaricoques en conserva y limones procedentes de Turquía, ya que "la información disponible indica un grado de cumplimiento general satisfactorio de los requisitos de seguridad pertinentes establecidos en la legislación de la Unión".

Cataluña vuelve a batir el récord de ventas de manzana y pera

Las ventas de abril registran cifras históricas por segundo mes consecutivo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Cataluña ha registrado durante el mes abril un desestocaje récord, tanto en manzana como en pera, respecto a las cifras de los últimos años. Esta situación se debe fundamentalmente a que España fue uno de los pocos países que mantuvo su potencial productivo la pasada campaña, con un incremento de producción del 14% en manzana y del 4% en pera, mientras que en Europa bajaba un 20% en manzana y un 12% en pera. El resto de los principales países productores europeos sufrían fuertes descensos (en manzana: Polonia un -40% e Italia un -8%; y en pera, Bélgica un -10%, Holanda un -7% e Italia un -30%).

En cuanto a la manzana, las ventas se han incrementado un 45% respecto a la campaña 2019, sobre todo la manzana Golden que ha aumentado un 60% su desestocaje. El crecimiento en pera también ha sido bastante importante, con una subida del 56% en las ventas de pera Conference.

Del análisis de los datos de existencias de manzana y de pera de Cataluña a 30 de abril de 2020 elaboradas por Afrucat (Asociación Empresarial de la Fruta de Cataluña), se desprenden varios resultados. En el contexto ge-



A 30 de abril, las existencias de manzanas se sitúan en 104.314 toneladas, un 28% más que el año pasado. / ARCHIVO

neral, las existencias totales de manzanas y de peras en Cataluña a 30 de abril de 2020 muestran un nivel superior en manzana e inferior en pera respecto a las cifras registradas en abril de 2019. En concreto, en manzanas se sitúan en 104.314 toneladas, un 28% más que el año pasado. En peras, las existencias globales de Lleida (no se dispone de datos completos y globales de Girona) a 30 de abril es de 16.023 toneladas, un volumen un 7% inferior al del ejercicio 2019.

■ DEMARCACIONES

En la demarcación territorial de Lleida se han estimado unas

existencias totales de 78.264 toneladas de manzana, una cifra superior a la registrada el año pasado. El grupo varietal Golden sigue siendo el más importante con un stock de 57.855 toneladas. El grupo Gala tiene unas existencias de 136 t, las Fuji un stock de 5.030 t, en manzanas rojas las existencias ascienden a 4.476 t y la Granny Smith presenta un stock de 5.050 toneladas.

En cuanto a peras, se han contabilizado 16.023 toneladas, un 7% menos que el año pasado. En concreto, en Conference el stock es de 14.897 t y el de Blanquilla asciende a 136 t. El resto de variedades están por debajo del año pasado, a excepción de la Flor de invierno. En la demarcación territorial de Girona se han contabilizado un total de 26.050 toneladas de manzana, lo que representa un 48% más que el año pasado. El stock de Golden es de 12.163 t, en rojas asciende a 4.437 t y en Granny Smith a 4.616 t.

■ MELOCOTÓN Y NECTARINA

A pocos días para hacer públicas las previsiones europeas de melocotón y nectarina, las primeras estimaciones entre las regiones productoras hacen prever que no se alcanzará el potencial óptimo de producción en ninguno de los países. Las complicadas condi-

ciones meteorológicas que ya se analizaron para la cosecha del albaricoque también influirán en el resto de especies de fruta de hueso.

Desde Afrucat señalan que en este punto de campaña, la falta generalizada de producción está facilitando una venta fluida de la fruta de hueso más temprana.

Por otra parte, en la primera reunión del Grupo de Contacto de Melocotón y Nectarina, formado por las administraciones y las diferentes asociaciones productoras de España, Italia, Grecia y Francia, para valorar este inicio de campaña, se ha destacado que se tendrá que hacer un seguimiento cuidadoso del día a día de los problemas provocados por la COVID-19 con que se puede encontrar la producción de fruta de este verano. Dificultades como la falta de mano de obra y el incremento de los costes logísticos y de los derivados de la adquisición de EPIs.

En este sentido, el grupo pide una flexibilización de los programas operativos, una previsión de medidas excepcionales si se da un colapso del sistema o una crisis sobrevenida, agilidad para desplazar los trabajadores del campo dentro de la UE, y facilidad para el transporte de productos agrarios.

Cera Trap
"LISTO PARA USAR"

Bioiberica

Inspeccionado por **ECOCERT INSUMOS**

REGISTRO FITOSANITARIO Nº: 24.937

La solución más eficaz y ecológica al problema de la mosca de la fruta.

Producto utilizable en Agricultura Ecológica según el Reglamento CE nº 834/2007 y 889/2008. Control ECOCERT S.A. F - 32600.

www.planthealth.es

ANÁLISIS DE CAMPAÑA

Qué nos queda de campaña

La temporada de cítricos españoles finalizará antes que el año pasado



Por PACO BORRÁS (*)

Tabla 1. Salidas de naranjas del trimestre de enero a marzo

Año		Exportación de cítricos primer trimestre			Total	Diferencia 2020
		Enero	Febrero	Marzo		
2018	Naranjas	216.715	203.921	222.061	642.697	4,96%
2019	Naranjas	232.099	219.485	236.641	688.224	-1,98%
2020	Naranjas	228.877	220.691	225.000	674.568	

Tabla 2. Campaña de naranjas desde septiembre hasta marzo

Año	Cosecha Anual	Sept.-Dic. %Export./ Cosecha	Enero-Marzo %Export./ Cosecha	Sept.-Marzo %Export./ Cosecha	Campaña completa		Exportación toneladas Abril-Agosto
					Toneladas	Exp/Cosecha	
2018	3.368.678	13,23%	19,08%	32,31%	1.564.725	46,45%	221.262
2019	3.930.369	10,37%	17,51%	27,88%	1.703.631	43,35%	263.465
2020	3.313.104	13,94%	20,36%	34,30%	1.557.159	47,00%	197.750

Tabla 3. Salidas de mandarinas del trimestre de enero a marzo

Año		Exportación de cítricos primer trimestre			Total	Diferencia 2020
		Enero	Febrero	Marzo		
2018	Mandarinas	211.764	137.569	110.274	459.607	3,23%
2019	Mandarinas	258.043	160.493	111.993	530.528	-10,57%
2020	Mandarinas	212.402	142.055	120.000	474.457	

Tabla 4. Campaña de mandarinas desde septiembre hasta marzo

Año	Cosecha Anual	Sept.-Dic. %Export./ Cosecha	Enero-Marzo %Export./ Cosecha	Sept.-Marzo %Export./ Cosecha	Campaña completa		Exportación toneladas Abril-Agosto
					Toneladas	Exp/Cosecha	
2018	1.996.296	42,42%	23,02%	65,44%	1.392.300	69,74%	59.885
2019	2.385.022	34,47%	22,24%	56,71%	1.485.822	62,30%	82.966
2020	1.821.973	38,86%	26,04%	64,90%	1.275.381	70,00%	65.034

Tabla 5. Salidas de limones del trimestre de enero a marzo

Año		Exportación de cítricos primer trimestre			Total	Diferencia 2020
		Enero	Febrero	Marzo		
2018	Limones	59.768	58.019	66.479	184.266	19,94%
2019	Limones	62.994	60.063	70.947	194.004	13,92%
2020	Limones	64.905	68.240	87.856	221.001	

Tabla 6. Campaña de limón desde septiembre hasta marzo

Año	Cosecha Anual	Sept.-Dic. %Export./ Cosecha	Enero-Marzo %Export./ Cosecha	Sept.-Marzo %Export./ Cosecha	Campaña completa		Exportación toneladas Abril-Agosto
					Toneladas	Exp/Cosecha	
2018	927.914	22,03%	19,86%	41,89%	622.435	67,08%	156.797
2019	1.148.618	16,08%	16,89%	32,97%	693.325	60,36%	189.912
2020	1.057.086	21,32%	20,91%	42,23%	718.800	68,00%	185.247

Tabla 7. Campaña de cítricos de enero a marzo

Año		Exportación de cítricos primer trimestre			Total	Diferencia 2020
		Enero	Febrero	Marzo		
2018	Total cítricos	495.765	406.615	406.312	1.308.693	6,56%
2019	Total cítricos	560.636	447.815	432.194	1.440.645	-3,20%
2020	Total cítricos	514.594	439.051	440.856	1.394.501	

Tabla 8. Campaña de cítricos desde septiembre hasta marzo

Año	Cosecha Anual	Sept.-Dic. %Export./ Cosecha	Enero-Marzo %Export./ Cosecha	Sept.-Marzo %Export./ Cosecha	Campaña completa		Exportación toneladas Abril-Agosto
					Toneladas	Exp/Cosecha	
2018	6.386.210	23,75%	20,49%	44,24%	3.637.680	56,96%	462.677
2019	7.562.954	18,91%	19,05%	37,96%	3.950.635	52,24%	564.070
2020	6.270.315	22,56%	22,24%	44,80%	3.609.999	57,57%	461.109

La actual campaña citrícola se está caracterizando por algunos factores que han influido de forma directa en la misma. La gran disminución de cosecha según los aforos, con cerca de un 17% menos que la campaña anterior y un 7% menos que la media de las últimas cinco campañas. Ser la segunda más baja de las últimas seis campañas. Haber iniciado la campaña con una llegada del hemisferio sur, de -13% en naranjas, + 16% en mandarinas y cifras similares en limones. Y a finales de febrero llegó el COVID-19.

A punto de entrar en mayo, ya con datos exactos de las exportaciones de mandarinas y naranjas hasta febrero y de limones y pomelos hasta marzo, hemos realizado unas estimaciones para calcular cuánta fruta podremos exportar hasta final de campaña. Hemos usado el modelo de estimar el porcentaje sobre la cosecha total como factor clave. Y para elegir ese factor hemos tomado como base el de la campaña 2017/18 incrementándolo ligeramente.

Así para naranjas tendríamos los datos de salidas del trimestre enero a marzo que se reflejan en la tabla 1. Hemos hecho una estimación del mes de marzo de este año, caracterizado por bastantes días de lluvia y el efecto del COVID-19, por lo que hemos tomado una cifra ligeramente por encima de hace dos campañas, lo que nos ha dado para el trimestre casi

un -2% respecto al año pasado y cerca de un +5% respecto a hace dos campañas. Si ahora analizamos la campaña realizada desde septiembre hasta marzo, y la comparamos con las dos anteriores, haremos una estimación de lo que nos podría quedar de campaña de naranjas (Tabla 2). En todo el estudio, tendremos en rojo las cifras que se consiguen con alguna estimación.

Si nuestra estimación fuese correcta, dispondremos del número más bajo de toneladas de naranjas disponibles para nuestras exportaciones desde el uno de abril hasta final de campaña, 66.000 toneladas menos que la campaña pasada y 25.000 menos que hace dos. Consecuentemente este año acabaremos la campaña entre cuatro y 6 semanas antes que la campaña pasada y entre una y dos antes que

hace dos. Todo ello imaginando que la subida de precios realizada por España frenara ligeramente la demanda, a favor de naranjas de Egipto, Marruecos y otros países del hemisferio norte.

Si hacemos el mismo análisis matemático para las mandarinas, tene-

mos las exportaciones de este trimestre (tabla 3).

Las cifras de enero y febrero, que han crecido respecto a hace dos campañas, ha estado directamente relacionado con las variedades de segunda temporada en mandarinas, que en general no tenían la gran merma de las satsumas y clementinas. El efecto COVID-19 nos ha hecho

La exportación de naranja finalizará entre 4 y 6 semanas antes que en 2019

La mandarina acabará la temporada con un adelanto de una o dos semanas



Análisis de la fruta que se podrá exportar hasta el final de la campaña. / ARCHIVO

estimar un crecimiento para marzo que lo hemos cifrado en un 9% sobre los años anteriores para el mes de marzo, y ello nos conduce a que en este trimestre habríamos exportado cerca de -11% respecto al año pasado y un +3% respecto a hace dos. Si ahora miramos el global de la campaña (tabla 4), nos quedarían a partir del uno de abril, 65.000 toneladas, que serían cifras muy parecidas a las de hace dos campañas, y 18.000 toneladas menos que el año pasado. Lo cual equivaldría a una o dos semanas menos de campaña en mandarinas.

Analizando los limones, observamos las exportaciones de este trimestre con números ya muy cercanos a la realidad, gracias Ailimpo (tabla 5). En limones, la campaña venía acelerando, ya que enero y febrero superaron netamente las cifras de las dos temporadas anteriores, probablemente muy relacionado con la merma de las exportaciones turcas. Pero en limones el efecto COVID-19 ha sido decisivo para el mes de marzo, que se ha convertido en el mes récord, probablemente no solo de esta campaña sino de la historia del limón español. Por ello al final las cifras del trimestre nos dan un crecimiento respecto a la campaña pasada de cerca del +14% y respecto a hace dos campañas de +20%. Si hacemos el mismo análisis para ver que nos queda tendremos los resultados de la tabla 6.

En limón, el COVID-19 ha acelerado la exportación en una temporada récord

En este caso, tendríamos unas cifras disponibles ligeramente por debajo del año pasado. Si bien al ritmo que se está desarrollando la campaña dentro de este mes de abril, es de suponer que el limón español acabará alguna semana antes que la campaña pasada.

En el conjunto de la campaña, incluyendo el resto de los cítricos más pequeños las cifras del primer trimestre del año natural serían las que muestra la tabla 7. Como vemos siendo la campaña con el menor aforo de las tres analizadas, solo perdemos un 3% respecto a la pasada y ganamos un +6% respecto a hace dos. Lo que nos queda de campaña de exportación se muestran en la tabla 8.

Según nuestros cálculos tendríamos disponible una cifra de 461.000 toneladas para lo que nos queda de campaña que sería muy similar a hace dos campañas, y de unas 100.000 toneladas menos que el año pasado. Por lo tanto, la temporada de cítricos españoles acabara más pronto que el año pasado, de no ser que pase cualquier otra circunstancia como la que estamos viviendo en las próximas semanas.

(*) Paco Borrás es consultor hortofrutícola

El sector agrario aragonés pide estar en el pacto de recuperación

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Las organizaciones agrarias (UAGA, Asaja, UPA y Araga) y las cooperativas agro-alimentarias reclaman estar en el pacto para la recuperación de Aragón. El presidente del Gobierno aragonés, Javier Lambán, ha convocado a participar en un pacto a los partidos políticos con representación parlamen-

taria, los agentes del Diálogo Social y la FAMCP.

Sin embargo, dichas organizaciones consideran que la recuperación de Aragón exige la presencia de quienes conocen no solo la situación de la actividad agraria sino también la realidad del medio rural.

Por eso, el secretario general de UAGA, José María Alcubie-

re, trasladó al consejero de Agricultura, Joaquín Olona, que proponga que dicha organización, como mayoritaria en el sector, participe en la mesa de recuperación de Aragón después del COVID-19. El responsable de UPA, José Manuel Roche, señala que "como sector esencial sería una oportunidad que se escuchara las posibles

soluciones y alternativas que puede aportar una pata más de la economía de Aragón".

Araga se siente representada de manera indirecta en dicha mesa por CEOE, en la que está integrada. No obstante, les gustaría que el sector tuviera una voz más específica en la mesa de la recuperación.

El presidente de Asaja en Huesca y máximo responsable de CEOS-Cepyme, Fernando Luna, señaló que van a hacer llegar sus propuestas hasta dicho foro, tanto a través de las patronales como de la consejería que dirige Joaquín Olona.

sanifruit.com

SANI[®] FRUIT

SANI FH-L
FORMULADO PARA TRATAMIENTO POSTCOSECHA DE FRUTA DE HUESO EN LINEA

UNA FRUTA SANA SIN RESIDUOS POSTCOSECHA (ES POSIBLE)

CAAE
FUNDACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

Otro producto

SANI FRUIT

SANIFRUIT FH-L, la única alternativa postcosecha para fruta de hueso

ivACE
INSTITUTO VALENCIANO DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Unión Europea
Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
Una manera de hacer Europa

OPINIÓN

Artimañas de guante blanco para sacarnos de nuestro principal mercado

La pasada semana se reunió por videoconferencia la Sección de Normalización de Frutas y Hortalizas Frescas de la Comisión Económica de Naciones Unidas para Europa, CEPE-NU. La agenda incluía, como viene siendo habitual, la revisión de la norma de cítricos, entre otras. Y digo 'como viene siendo habitual' porque el lobby sudafricano jamás descansa. Mantiene una estrategia de lobby programada, diversificada y bien orientada, para la que no escatiman recursos. El 'impuesto' recaudado cada campaña a sus productores les permite la omnipresencia en todos los foros de decisión internacionales. Y no pararán hasta lograr su objetivo: incrementar su trozo del pastel en el consumo de cítricos de la UE (el mercado más atractivo por número de consumidores y por capacidad de compra y consumo) a base de eliminar la presencia española en ese mercado en determinados meses en los que su oferta se solapa con la nuestra.

Hasta hace pocos años este pastel estaba nítidamente repartido ya que las estacionalidades de hemisferio norte y hemisferio sur eran totalmente complementarias y cuando Sudáfrica llegaba al hemisferio norte en contraestación encontraba los mercados desabastecidos. Sudáfrica, al igual que España, es una citricultura orientada a la comercialización en fresco y a la exportación. La diversificación varietal acometida en la citricultura española alargando campaña hacia lo temprano y hacia lo tardío, y el efecto demostración y de copia al leader que ha llevado a las citriculturas que nos siguen en el ranking mundial de comercialización de cítricos en fresco a secundarnos, ha determinado que la complementariedad ya no sea perfecta y que el solape o superposición sea cada vez mayor, en periodo y en volumen. Sudáfrica presenta una tendencia clara de crecimiento fundamentalmente en mandarino y sobre todo en variedades de híbridos de mandarinos tardíos. La tendencia de crecimiento en mandarino es por incremento de superficie y por incremento de rendimiento de plantaciones jóvenes.

Las normas de calidad CEPE/NU son tenidas en cuenta para la elaboración de las normas de calidad de la UE y las modificaciones realizadas en la norma CEPE/NU normalmente se incorporan posteriormente a la norma comunitaria (UE) de comercialización de cítricos, aunque con un cierto decalaje, para evitar barreras innecesarias al comercio.

Una vez más sufrimos el ataque del lobby sudafricano que en una continuada "guerra de pasillos y despachos" intenta llevar el agua a su molino ahora a través de la modificación de las normas CEPE/NU de comercialización de cítricos. Sudáfrica quiere cerrar a toda costa la ventana de



El color característico de las naranjas no puede ser otro: naranja, y es un parámetro de calidad clave. / ARCHIVO

El lobby sudafricano no parará hasta lograr su objetivo: incrementar su trozo del pastel en el consumo de cítricos de la UE a base de eliminar la presencia española en ese mercado en determinados meses en los que su oferta se solapa con la nuestra

exportación a la UE de nuestras navels precoces y, sobre todo, de nuestras clementinas precoces en lógica connivencia con sus socios importadores, fundamentalmente alemanes y holandeses.

■ ANTECEDENTES

Primero lo intentaron en la reunión de la Sección Especializada para la Normalización de Frutas y Hortalizas Frescas de CEPE/UN (UNECE) de mayo de 2018 proponiendo un documento de buenas prácticas de manejo de productos, para evitar el desperdicio alimentario, en el que se proponía la desaparición/prohibición del tratamiento de desverdizado de los cítricos con etileno argumentando que reducía la vida del fruto y podía causarle daños. Era "curioso" que un proyecto de Código de Buenas Prácticas concebido como un documento genérico se centrara con tanto ahínco en el desverdizado de los cítricos.

También en la reunión de mayo de 2018 Sudáfrica intentó aprovechar la ocasión para sembrar la confusión proponiendo la división de la norma por productos e intentando introducir a la vez modificaciones en la norma que atentan contra los intereses de España y favorecen claramente los de Sudáfrica. En aquel encuentro propuso nuevos requi-

sitos de madurez que tienen que cumplir las mandarinas y las naranjas (además de los incluidos en la norma actual): contenido mínimo de grados BRIX para satsumas, clementinas y otras mandarinas y sus híbridos y también para naranjas de 8:5. Esto, de haberlo conseguido, hubiera sido muy grave para los intereses de España, ya que cuando se alcanzara el Índice de Madurez en satsumas y clementinas precoces, y en los inicios de cada variedad de naranja en España, no se habría alcanzado el 8:5 de contenido mínimo de grados Brix, lo que retrasaría enormemente la comercialización de estas variedades, y significaría, además de empezar más tarde la campaña, mayor riesgo de ataques de mosca y una estrategia que puede hacer incrementar poblaciones de esta en meses posteriores, así como perder periodos de comercialización ya que el inicio de la comercialización de casi todas las variedades se vería retrasado.

Esta es una estrategia de Sudáfrica para mantenernos fuera del mercado de la UE al final de su campaña de comercialización e inicio de la nuestra (solapamiento de las dos campañas comerciales), ya que tratándose del final de su campaña no tienen ningún problema en alcanzar los índices de madurez mínimos ni

el contenido mínimo en azúcares propuesto, al contrario que nosotros.

Y podría continuar año tras año con un largo etcétera de argucias para intentar sacarnos de nuestro mercado natural y principal mercado (el 93% de nuestras exportaciones) con artimañas de guante blanco que hemos ido bloqueando y frenando como hemos podido.

■ NUEVA BATALLA

En la reunión de la semana pasada, sin especificar de qué país era la propuesta, y escudándose en la ambigüedad de una redacción de la norma por especies que no se corresponde con la norma en vigor, de modo que parecía un olvido o una omisión "inocente", han intentado eliminar los requisitos mínimos de color de la norma, tanto para el grupo de las mandarinas como para las naranjas. Y de paso pretendían avanzar en el camino de conseguir en una fase ulterior una próxima prohibición del desverdizado con etileno [...]. Si muere el requisito de color y por tanto se pueden comercializar naranjas y mandarinas verdes les resultaría muy fácil justificar lo "innecesario" del "denostado" etileno.

La batalla fue muy tensa, contra las cuerdas, de casi todos contra España. Y quiero aprovechar este artículo para expresar nuestro agradecimiento y reconocimiento a la extraordinaria labor desarrollada por la representante de la Subdirección General de Inspección, Certificación y Asistencia Técnica de Comercio Exterior de la Secretaría de Estado de Comercio. Con su firme e inteligente defensa de los intereses de los cítricos de España, y únicamente con el apoyo final de Italia y Polonia, consiguió en extremis que no se aprobara ninguna de las propuestas de modificación de la norma y que se creara un Grupo de Trabajo para seguir discutiendo esta cuestión. Pelota larga y seguimos jugando. Ahí nos tendrán, siempre vigilantes en la defensa de los intereses de la citricultura española.

■ GANAN ADEPTOS

Cada vez es mayor el número de adeptos a esta causa de Sudáfrica, la de prohibir el desverdizado, aunque cada país tenga motivaciones diferentes: Sudáfrica por su interés en sacar a España del mercado comunitario en octubre y noviembre, otros países por sus intereses importadores en la UE y sus alianzas comerciales, otros extracomunitarios por su clima tropical y su interés en comercializar naranjas verdes sin ningún tipo de requerimiento, otros por su ignorancia que les conduce a la asociación de "etileno y desverdizado" con daños al fruto, otros apelando a la supuesta reducción del desperdicio alimentario, e incluso pretendiendo asociar la prohibición del empleo del etileno para desverdizar con una producción más natural, hasta ecológica, se atrevieron a decir...



Por INMACULADA SANFELIU (*)

El color característico de las naranjas no puede ser otro, puesto que es el producto el que da el nombre al color, lo que no ocurre en ninguna otra especie vegetal. El color de las naranjas es un parámetro de calidad clave. El color característico constituye un síntoma de madurez para el consumo, que no se puede atribuir inequívocamente a las coloraciones verdes. En aquellas naranjas que han alcanzado la madurez suficiente, el consumidor carecería de un medio de apreciación organoléptico inmediato como es el color, debiendo adquirirlas y comerlas para comprobar esa madurez. En los países mediterráneos utilizamos la desverdización para presentar la fruta con un óptimo color. El proceso de desverdización de fruta madura con coloración verde, no da a la fruta un color artificial, sino que desenmascara el color naranja ya presente gracias a carotenos y xantofilas, y oculto por el color verde de la clorofila, cuya degradación se acelera, reproduciendo en la cámara las condiciones naturales de maduración de los frutos en el reino vegetal. La desverdización no deja residuo alguno sobre la fruta ni comunica producto químico alguno a la pulpa comestible. Al ser frutos no climatéricos, no altera la madurez interna o gustativa. La desverdización se ha desarrollado para satisfacer las exigencias de los mercados.

Las naranjas verdes del trópico son una excepción a la regla y así debe seguir siendo. Los volúmenes que se comercializan son muy bajos y se destinan fundamentalmente a su consumo en forma de zumo. Este es un tema recurrente que se ha discutido en múltiples ocasiones en el pasado en reuniones del CODEX, habiéndose llegado a un consenso por parte de todos los países (incluido Cuba). Según dicho Acuerdo se acepta la diferenciación de estas naranjas y se establece un contenido mínimo en zumo (45% en el caso general y 33% para el caso particular de unas naranjas cultivadas en la India) para garantizar que se han cultivado en el clima tropical. La excepción para las naranjas producidas en zonas con elevadas temperaturas atmosféricas y elevada humedad relativa durante el periodo de crecimiento se recoge en la norma CEPE/UN, en la norma CODEX para estas naranjas y también se recoge en la norma comunitaria, por lo que no puede utilizarse como argumento para eliminar los requisitos de color bajo ningún concepto. Las excepciones deben ser tratadas como lo que son, excepciones.

El color es un parámetro de calidad visual importante tanto para el consumidor final como para los inspectores de calidad. Si se eliminara el color como parámetro de calidad se dejaría de tener una referencia exterior de la calidad obligando a los inspectores a incrementar los controles analíticos.

(*) *Directora general del Comité de Gestión de Cítricos (CGC)*

Agrocultivos

El seguro de cítricos, el instrumento más eficaz para proteger la cosecha frente a las adversidades

► AGROSEGURO.

Los cítricos gozan de gran importancia dentro del panorama agrícola español y así lo demuestran también las cifras del seguro agrario, ya que la de cítricos es la cuarta línea de seguro en la que más producción se aseguró a nivel nacional durante el ejercicio 2019. Ese año se suscribieron más de 18.000 pólizas que dieron cobertura a cerca de 120.000 hectáreas cultivo y a una producción que prácticamente alcanza los 3 millones de toneladas.

La Comunitat Valenciana es la que concentra la mayor cantidad de contratación con 15.573 declaraciones de seguros, cerca de 75.000 hectáreas y 1,72 millones de toneladas aseguradas, lo que supone alrededor del 60% del total nacional de superficie y producción asegurada y más del 86% de las pólizas contratadas.



A lo largo de 2019 se han ido encadenando diversas adversidades climáticas especialmente dañinas para el campo español. / ARCHIVO

En los últimos años nuestro país está experimentando fenómenos climáticos adversos de gran intensidad y muy variables. A lo largo de 2019 se han ido encadenando diversas adversidades climáticas es-

pecialmente dañinas para el campo español. Se han registrado todo tipo de fenómenos climáticos extremos: heladas en invierno, pero también al inicio de la primavera y en el mes de mayo; tormentas de pedrisco,

en ocasiones de gran intensidad, llamando la atención que estos episodios tormentosos cada vez comienzan en fechas más tempranas; también se han registrado varias depresiones aisladas en niveles altos de la atmósfera (DANA), más conocidas como "gota fría", con intensas precipitaciones, a veces acompañadas de pedrisco.

La gota fría más dañina fue la ocurrida entre los días 11 y de 14 septiembre, convirtiéndose en el peor evento de este tipo de la historia del seguro.

A todo lo anterior hay que añadir que, a pesar de la inestabilidad climática, las precipitaciones han resultado escasas, y que, por tanto, se han producido daños por sequía, fundamentalmente en los cultivos herbáceos extensivos, aunque también en otros cultivos, como el de uva de vino y olivar.

En total, la superficie siniestrada alcanza 1,9 millones de hectáreas.

En el caso concreto de las producciones de cítricos los fenómenos climáticos que más les afectaron fueron los temporales de viento, seguidos de tormentas de pedrisco e inundaciones, asociados todos ellos, en su mayoría, con la consecución de varios fenómenos de gota fría. En total, la siniestralidad alcanzada en cítricos por todos los eventos climáticos ocurridos ascendió a casi 70 millones de euros por daños en cerca de 58.000 hectáreas, de las cuales 30.000 corresponden a viento.

Recordamos que en general, los últimos tres ejercicios se encuentran entre los cuatro peores de la historia del seguro agrario. 2018 fue un año inusual en cuanto a la cantidad de tormentas de pedrisco caídas. Así en el caso de los cítricos, entre los dos últimos ejercicios acumulan cerca de 130. Millones de euros de siniestralidad.

La incertidumbre que generan estos fenómenos meteorológicos, incontrolables e impredecibles, convierte al seguro de cítricos en el mecanismo de cobertura más idóneo con el que cuentan los agricultores para proteger sus cosechas.

Arranca la campaña de ajo en un escenario de incertidumbre

Córdoba cuenta este año con alrededor de 2.000 ha de plantaciones

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Ya ha comenzado la recogida y el arranque mecanizado del ajo en Córdoba, y en pocos días, dependiendo de las condiciones meteorológicas, se iniciará la 'corta' con el trabajo de más de 2.000 jornaleros.

El presidente nacional de la Sectorial del Ajo de Asaja, Miguel del Pino, afirma que los problemas que se planteaban para la contratación de los trabajadores debido a la situación del Estado de Alarma en el país "ya se están solventando por las gestiones de Asaja" y se contará con cuadrillas de más de 100 y 200 personas en las plantaciones. De este modo, la recogida de la segunda mayor cosecha de ajo de España, en la campaña de Córdoba, y de la que fundamentalmente se encargaba la mano de obra extranjera en años anteriores, "ahora está asegurada con la mano de obra nacional".

No obstante, Miguel del Pino lamenta que, por la situación económica que vive España por la crisis de la COVID-19, sean muchos los trabajadores que no van a poder ser avisados a trabajar, pues la oferta de mano de obra ha sido muy superior a la demanda de trabajadores.

Además, se espera que la producción de esta campaña

sea óptima en volumen y de gran calidad porque las condiciones meteorológicas han sido muy buenas. También, hay mayor demanda porque el principal competidor está en China, con el 83% de la producción mundial, pero el consumidor es reactivo ahora a comprar ajos chinos y también existió un desabastecimiento mundial al no poder salir los barcos del continente asiático, señalan desde Asaja Córdoba.

El sector puede tener un año que permita recuperarse de años pasados difíciles. "Nos están demandando gran cantidad de ajos desde distintos mercados internacionales, aunque hay incertidumbre en función de cómo evolucione la pandemia del coronavirus a nivel mundial y cómo afecte esto a los mercados" indica Del Pino.

En cuanto a la superficie, en la provincia de Córdoba cuenta con alrededor de 2.000 hectáreas frente a las 1.670 del año anterior y las 2.020 de 2018.

A nivel nacional, la campaña 2020-21 presenta un ligero incremento de siembras (en torno al 1%) con respecto a la precedente, alcanzándose las 27.730 hectáreas y una producción, previsiblemente, similar a la del año pasado.

FRAGILE
HANDLE WITH CARE

Patatas Beltrán
Wherever you are 🌍

New season coming soon...

☔ 🍷 📦

FRITO 365 DIAS

Fuerza

Beltrán | Health | Resistant | Export | Harvesting | Sorting | Frying | Spanish new potatoes | Ganas, ilusión, fuerza, visión, equipo, compromiso, cambio.

Ctra. Rojas a San Fulgencio Km 7. 100 Daya Vieja (Alicante) Tfno: 96 671 33 97 Fax: 96 671 47 44 email: patatasbeltran@infonegocio.com www.patatasbeltran.com

Mercados Franceses

Información elaborada por Nerea Rodríguez



Saint-Charles International se adapta ante la crisis del COVID-19

La primera plataforma hortofrutícola de Europa intenta operar con normalidad a pesar de los problemas de suministro y logística que están encontrando

Saint-Charles International (SCI), la primera plataforma de importación y exportación hortofrutícola de Europa ha tomado todas las medidas necesarias para seguir con su actividad en plena crisis del COVID-19.

En Europa, la crisis del COVID-19 se detectó por primera vez en Italia, un mercado de exportación importante para la plataforma francesa, por detrás de Alemania. El primer problema al que tuvo que enfrentarse SCI fue la recepción de los camioneros italianos que venían a cargar sus camiones. Así, ya en el mes de febrero se implementaron protocolos de actuación y desde el SNIFL —Sindicato Nacional de Importadores-Exportadores de Frutas y Hortalizas— se organizó el grupo de trabajo con la participación de la dirección del mercado y la Agencia Regional de la Salud. A partir de ahí se establecieron medidas de seguridad para la recepción de los chóferes y para la carga y descarga de mercancías.

Con la disponibilidad de mascarillas y de gel hidroalcohólico garantizada, la plataforma, ha tenido que lidiar con otros problemas: la dificultad de garantizar las cosechas y la logística con España. Cyril Gornes, director de Servicios de la plataforma de Perpignan explica que “algunos camioneros se niegan a cruzar España” y a lo que hay que añadir “el problema de poder asegurar las cargas de ida y retorno”. Tradicionalmente, en los flujos Sur-Norte, los camiones van cargados con frutas y verduras, mientras que en los flujos Norte-Sur se centran en material industrial u



Saint-Charles International ha tomado todas las medidas necesarias para seguir con su actividad en plena crisis del COVID-19. / NEREA RODRIGUEZ

Se ha implantando un plan de continuidad del negocio en el que se trabaja los siete días de la semana durante 24h

otro tipo de mercancías no perecederas. Pero, “con las medidas de contención y el cese de actividad en algunos sectores considerados no esenciales, no ha habido nada de tránsito”, y la consecuencia ha sido “un aumento de los costes del transporte al tener que hacer el retorno con el camión vacío”. Y este incremento, de entre el 20 y el 50%, “se está viendo en el precio de las frutas y hortalizas en los supermercados”.

Todos estos contratiempos están afectando a la cifra de negocio de la plataforma. Es por eso que desde la dirección, “el reto ha sido contener los gastos operativos en límites asumibles”, apunta Gornes.

A pesar de las dificultades que está ocasionando esta crisis sanitaria en el día a día de las empre-

sas de la plataforma de Perpignan, “sentimos el deber de continuar con nuestro trabajo para abastecer las tiendas. Se ha implantado un plan de continuidad del negocio que implica trabajar los siete días de la semana, las 24 horas del día. Queremos lanzar un mensaje tranquilizador si bien no escondemos nuestra preocupación por el desequilibrio en los flujos Norte-Sur”, apunta Gornes.

■ PREOCUPA ESPAÑA

Por parte de los operadores de Saint-Charles International, aquellas empresas especializadas en la importación y exportación de frutas y hortalizas de origen España no ocultan su preocupación. Afirman que cada día el trabajo resulta más complicado porque “cada vez hay menos productos de España y mucho menos pedidos”.

Hay temor por la continuidad del suministro porque España tiene el mismo problema que Francia con camioneros que no quieren subir al país vecino, y si a esto añadimos el problema de falta de flujos Norte-Sur, los costes de transporte se disparan.

El Mercado de Rungis pone en marcha un servicio de entrega para particulares

Desde el comienzo de la crisis, la actividad en el Mercado Internacional de Rungis ha caído entre el 50 y 80% debido principalmente al cierre del canal Horeca. Pero el mercado se adapta frente a esta crisis sanitaria. En los pabellones, los vendedores respetan las restricciones sanitarias y los clientes mantienen las distancias marcadas.

En los pabellones de frutas y hortalizas, todo funciona con relativa normalidad gracias a una innovadora iniciativa. Para permitir a los pequeños productores poder continuar con la venta de sus productos y contener las pérdidas, se ha creado una plataforma de ventas online para los residentes de Île-de-France.

Así, Rungis International ponía en marcha a finales de marzo un servicio de entrega a domicilio para particulares mediante la plataforma online “Rungis livré chez vous”. El objetivo de esta propuesta comercial es ayudar a los mayoristas a vender sus productos mientras se mantiene el cierre del canal Horeca, así como ayudar a los residentes de la zona de Île-de-France a obtener productos frescos sin salir de sus casas.

Desde la puesta en marcha de la plataforma online, la iniciativa ha sido todo un éxito y las entregas no paran de crecer diariamente. Tal como explican desde Semmaris —el organismo encargado de la gestión de Rungis— en poco más de un mes se ha pasado

de 250 entregas a la semana a las 6.500, que suponen alrededor de 1.300 entregas al día”. En este periodo también se ha ampliado el área de entrega. “Ya no solo llegamos hasta París, Essonne, Hauts-de-Seine y Seine-Saint-Denis. Desde el pasado 20 de abril también estamos sirviendo a la zona de Val-de-Marne y Les Yvelines”.

En cuanto a las referencias ofertadas, en pocas semanas ha pasado de la cincuenta a la centena, divididas en: pescado, carne, leche, frutas y verduras, y otros comestibles, con una buena oferta de productos franceses.

Para los mayoristas, esta plataforma representa una salida complementaria para vender sus productos. Por ejemplo, Butet, un mayorista de setas, comenzó vendiendo 14 cajas. “A medida que el servicio avanzaba, los pedidos se dispararon hasta llegar a los cuatro palets por semana”, explica Fatima Guillou, una de las responsables de la firma. “Nuestra empresa trabaja principalmente con la restauración, canal que se cerró a mitad de marzo. Esta plataforma de servicio a particulares, para nosotros, ha sido un verdadero soplo de aire”.

Este servicio a domicilio también está evitando el desperdicio alimentario y ayuda a los productores a mantener sus explotaciones en este periodo tan complicado.

Desde Semmaris destacan que el precio medio de los pedidos es de 110 euros. Prueba clara de que los consumidores están llenando su cesta de la compra con productos frescos mediante esta plataforma, y no son compras puntuales. Este es el caso de Julie, una ama de casa parisina que hizo un pedido de 150 euros, “lo que me permitió beneficiarme de la entrega gratuita”, y sobre el pedido destacó que “la carne, por ejemplo, llegó envasada al vacío, todo un detalle porque así la fecha de caducidad puede ser de más de dos semanas”.

Otro detalle sorprendente de este servicio es la presencia de militares. Son ellos precisamente los que preparan los pedidos. Son una treintena de jóvenes del 2º Regimiento del Servicio Militar Voluntario de Brétigny-sur-Orge (Essonne). Ellos son parte integrante de la Operación de Resiliencia, en el que el ejército participa en acciones cívicas y misiones de servicios públicos para combatir la pandemia. En este caso, su misión es alimentar a la ciudadanía francesa.

MOLBO
Moving goods

ESPECIALISTAS EN GRUPAJE DIARIO

ITALIA

FRANCIA
PARÍS, PERPIÑÁN, LILLE, NANTES, LYON, MARSELLA...

BÉLGICA

HOLANDA

ESCANDINAVIA
SUECIA, NORUEGA, FINLANDIA Y DINAMARCA

INGLATERRA

IRLANDA

ALEMANIA

ISO 9001
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

www.molbo.es
(+34) 96 164 31 40
Pol. Ind. El Oliveral Calle K parc. 5
46190 Ribarroja del Túria (Valencia)
molbo@molbo.es

Transporte por carretera: menos actividad, más costes

Según una encuesta realizada por la FNTR Occitanie, más del 80% de las empresas del sector del transporte por carretera están paradas o en actividad parcial, y esta desorganización de los flujos está generando un aumento del coste del transporte.

“La crisis del COVID-19 se siente en todos los sectores y la del transporte no es una excepción. Más del 80% de las empresas de transporte han experimentado un cese total o parcial de su actividad, pero existen grandes disparidades dependiendo del campo de actividad”, explica Christophe Charlon, copresidente de FNTR Occitanie, una organización que tiene 400 miembros y representa el 55% de los empleados del transporte por carretera en Francia.

Mientras que casi 6 de cada 10 camiones están parados —según la encuesta de la FNTR—, las empresas que transportan alimentos están sufriendo una menor caída en su actividad. Tras el anuncio del confinamiento, el efecto del acaparamiento de alimentos por parte de los consumidores generó, en los primeros días, un aumento considerable de la actividad. Sin embargo, a principios de abril la situación ya se había estabilizado y en Perpignan, por ejemplo, el mercado de Saint-Charles opera con normalidad.

■ FALTA DE EQUILIBRIO

En general, el flujo de productos alimenticios destinados a la gran distribución es regular. Pero según Christophe Charlon, el problema está en otra parte. “Los transportistas por carretera trabajan principalmente con cargas complementarias. Es decir que tienen carga de ida para un cliente, pero también tienen cerrada la carga complementaria para la vuelta, y así se garantiza el equilibrio financiero del viaje”. El problema es que con el cierre de casi todas las industrias ha desaparecido el flete de retorno. Ante este desequilibrio de carga, ciertos transportistas ya anunciaron a sus clientes un aumento en las tarifas.

Si bien el transporte de alimentos funciona, más o menos con normalidad, hay otros sectores que se han visto obligados a parar toda actividad. Este es el caso de la carga industrial, los contenedores y las obras públicas.

Así las cosas, entre las compañías entrevistadas para la encuesta de FNTR, el 22% admitió que tendría que detener su actividad por completo si la situación persistía. Las empresas más afectadas están siendo aquellas que emplean a menos de 10 personas.

■ ESFUERZOS

Desde la intervención de la Secretaría de Transporte para reabrir las áreas de descanso y permitir a los camioneros el uso los baños y poder comer, la situación ha vuelto gradualmente a la normalidad.

“Actualmente, el 95% de las áreas están abiertas”, confirma Christophe Charlon.

Sin embargo, la cuestión de las medidas de protección de la salud no se ha resuelto, incluso si bien se han realizado muchos esfuerzos, algunos sindicatos aún los consideran insuficientes. En este sentido, Christophe Charlon explica

que “existe una creciente conciencia por parte de los empleadores, pero también de los clientes, para garantizar la continuidad de las operaciones de transporte en las mejores condiciones posibles”.

Sea como sea, ahora mismos en el sector del transporte por carretera francés continúa habiendo un des-



El 95% de las áreas de descanso en las autopistas francesas están abiertas para que los camioneros puedan usar los baños, comer y descansar. / ARCHIVO

La desorganización de los flujos está generando un aumento del coste del transporte

equilibrio de carga, estrés y desorganización. Por tanto, es probable su reactivación sea gradual, como el desconfinamiento que promete ser complejo.

Desde 1989

Elle et Lui

ARC de TRIOMPHE

FRUTAFRO

Av. Benicalaf, 81
46514-BENAVITES (VALENCIA)
Tel.. +34 962 636 087
Fax. +34 962 636 284
frutafro@frutafro.com - www.frutafro.com

COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE
SANGUINELLI
CLEMENTINAS - MANDARINAS - NARANJAS

“Unirse al gran ejército de la agricultura francesa”

Francia necesita 200.000 trabajadores para sacar adelante su campaña hortofrutícola estival

El cierre de fronteras de la UE para extranjeros no residentes y las restricciones a la movilidad entre países de la UE en el contexto de la propagación del COVID-19 tiene como consecuencia una falta manifiesta de mano de obra en la agricultura que se cuantifica en unas 200.000 personas hasta final de mayo. Para hacer frente a esta situación, Francia ha anunciado diversas medidas de flexibilización en la legislación laboral.

Alrededor de 200.000 temporeros procedentes principalmente de Rumanía, Polonia, Portugal, Túnez o Marruecos trabajan habitualmente en los campos franceses para la siembra y recolección, que en estos meses de primavera se centra fundamentalmente en el sector hortofrutícola.

El cierre de las fronteras y las restricciones de movimiento de trabajadores europeos hacen que alrededor de dos tercios, de estos, no hayan podido desplazarse a Francia.

El principal sindicato francés, la FNSEA (Federación Nacional de Sindicatos de Jefes de Explotación Agrícolas) alertó, al principio de la crisis, sobre las necesidades en mano de obra (45.000 personas en marzo, 80.000 en abril y 80.000 en mayo) para poder llevar a cabo los trabajos en el campo solicitando soluciones a esta problemática.

En este contexto, los sindicatos agrarios conjuntamente con Pôle emploi (establecimiento público equivalente al INEM) crearon una página web (<https://desbraspourtonassiette.wizi.farm/> “Brazos para tu plato”) para que todos aquellos que se encontraran sin actividad pudieran inscribirse para ir a trabajar en el campo. A través de esta página se pone en contacto a los agricultores con los voluntarios que se hayan inscrito en la misma zona.

A principios de abril ya se habían inscrito 210.000 personas para trabajar en el campo, la mayoría en situación de cese de su actividad principal mien-



Alrededor de 200.000 temporeros procedentes principalmente de Rumanía, Polonia, Portugal, Túnez o Marruecos trabajan habitualmente en los campos franceses. / ARCHIVO

Francia ha anunciado diversas medidas de flexibilización en la legislación laboral

tras que se habían registrado 4.000 ofertas de trabajo. Uno de los motivos, además de la estacionalidad de los cultivos, que hace que las necesidades de mano de obra sean paulatinas, tiene que ver con las reticencias de agricultores a contratar gente sin experiencia, así como con la imposibilidad de prever cuánto tiempo podrán permanecer en la explotación al estar ligado al periodo de confinamiento.

Asimismo, la Asociación Francesa de la Industria Agroalimentaria también ha puesto en marcha una plataforma similar a la creada para el sector agrario, teniendo en cuenta que las industrias agroalimentarias están sufriendo un absentismo de sus trabajadores en torno a un 20%.

Hay reticencias por parte de los agricultores franceses a contratar gente sin experiencia

Por su parte, el ministro de Agricultura y Alimentación francés, Didier Guillaume, apeló a todos aquellos franceses que se encontraban en sus casas sin actividad a “Unirse al gran Ejército de la Agricultura francesa”. Una declaración que fue muy polémica en el contexto de las recomendaciones de confinamiento de la población pero que fue apoyada con matices desde el Gobierno.

Así, los Ministerios de Economía, Agricultura y Trabajo realizaron un comunicado conjunto el 25 de marzo, indicando que la prioridad absoluta era y es la protección de los asalariados. En este sentido y para facilitar el trabajo en agricultura, el Ministerio de Trabajo elaboró una guía práctica que ya ha sido di-

fundida entre las empresas y las explotaciones para facilitarles soluciones concretas y operativas que les permitan garantizar una total seguridad en el trabajo de sus asalariados (por ejemplo recolectar calles alternas).

El Gobierno francés además ha flexibilizado el trabajo nocturno y dominical, así como las horas extraordinarias, y se permite a los asalariados y autónomos que han cesado su actividad, debido a la crisis del coronavirus, firmar un contrato de trabajo con una empresa del sector agroalimentario. El asalariado o el autónomo puede así acumular la indemnización que recibe del Estado con el salario de su contrato de trabajo en el sector agroalimentario (previo acuerdo del empleador inicial en el caso de que su trabajo fuera por cuenta ajena). Por su parte, el empleador del sector agroalimentario se compromete a liberar al trabajador siete días antes de que este tenga que retomar su trabajo inicial.

Aumenta la actividad de la industria alimentaria francesa

Las fábricas han pasado a tener tres turnos, siete días a la semana con la máxima producción.

La industria alimentaria está “en funcionamiento” para satisfacer las necesidades de la población, pero el riesgo futuro está relacionado con el impacto de la propagación del coronavirus entre los empleados, la demanda y las compensaciones que ello conlleva.

Las empresas del sector se aseguran de que no haya escasez. Las fábricas están funcionando y llevando a cabo reuniones diarias e intercambios coordinados con miembros del Gobierno. A algunas de estas empresas les ha costado mantener el ritmo, debido a la presión que recae sobre sus producciones. ¿Qué empresa puede hacer frente a una duplicación de sus pedidos de la noche a la mañana? Ese es el desafío al que se enfrentan muchas empresas agroalimentarias. Las fábricas han pasado a tener tres turnos, siete días a la semana con la máxima producción.

Las dificultades no las provoca el tamaño de la empresa, sino la oferta. Hay compañías que están satisfaciendo la demanda actual y otras que no. Los profe-

Los cambios en los hábitos de compra están desestabilizando los mercados

sionales que no pueden llevar a cabo su actividad, como el equipo de ventas, trabajan a tiempo parcial o se adaptan para preparar los pedidos. El tamaño de las producciones aumenta y los cambios de formato disminuyen. Sin embargo, las empresas que no fabrican los productos considerados de primera necesidad son las que más sufren, al contrario de las fábricas de conservas vegetales, de pasta, de arroz y las comidas preparadas, que están produciendo constantemente.

■ PRODUCTO FRESCO

Es mucho más complicado para los alimentos frescos o que han sido manipulados, debido a la desconfianza de los consumidores ante el temor infundado de



Los alimentos frescos sufren la desconfianza de los consumidores ante el temor infundado de una mayor transmisión del coronavirus en comparación con el producto congelado. / ARCHIVO

una mayor transmisión del coronavirus en comparación con el producto congelado. La Agencia Nacional de Seguridad Alimentaria (ANSES) ha clarificado que no existen evidencias de tal tipo de transmisión. La situación se resiente aún más si tenemos en cuenta que la restauración y los pequeños comercios permanecen cerrados hasta nuevo aviso.

Sin embargo, en plena época de recogida de cosechas, Francia muestra un potencial de producción agrícola sin precedentes. Tanto es así que, tal y como informa Les Echos, el país se encuentra actualmente en el pico de producción de productos lácteos, como la leche y el queso, de productos cárnicos y de vegetales, como las fresas, los

Durante los primeros días de confinamiento el consumo se disparó pero luego cayó con la pérdida de empleo y el distanciamiento social

espárragos y los tomates. Ahora bien, los cambios en los hábitos de compra están desestabilizando los mercados. En términos generales, durante los primeros días de confinamiento aumentó drásticamente el consumo, por el temor al desabastecimiento, para caer después como consecuencia de varios factores, entre ellos, la pérdida de empleos y los efectos del distanciamiento social.

El contexto actual está obligando a los productores a reinventarse para gestionar el exceso de stock. Mientras muchos de ellos destruyen aquellos productos almacenados a los que no pueden dar salida a corto de plazo, los productores lácteos están transformando los productos en leche en polvo y mantequilla.

Para dar solución a la coyuntura actual, el diputado del Parlamento Europeo por el Partido Socialista Francés, Eric Andrieu, instaba a la Comisión Europea a regular los mercados con el fin de evitar la desestabilización de los precios de los productos agroalimentarios, el cierre de plantas de producción y el desperdicio alimentario.

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 18, del 28 de abril al 4 de mayo de 2020, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

Table with 3 columns: CÍTRICOS, FRUTAS, HORTALIZAS. Rows include items like Naranjas Navel, Melocotón, Nectarina, Ajo Tierno, etc. Columns: Euros/Kg, Zona.

Table with 3 columns: Industry/Item, Price, Zone. Rows include Industria Troceado, Apio Verde, Berenjena, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Escarola Hoja Rizada, Espinaca, Guisante Verde Grano, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lamuyo Rojo, Lamuyo Verde, Tomate Acostillado, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Manzanas Golden, Melón Piel de Sapo, Naranjas Navel, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include CENTENO, MAÍZ NACIONAL, TRIGO NACIONAL, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Import. Méjico, Import. USA, LENTEJAS, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Arroz Corrientes, Arroz Grandes, etc.

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 8 de mayo de 2020, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Aguacate, Coco, Granada, Kiwi, Limón, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lonja de León, Lonja de Murcia, Lonja de Reus.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lonja de Murcia, Lonja de Toledo, Lonja de Zamora.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lonja de Valencia, ARROCES, CEREALES.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lonja de Barcelona, CEREALES, ALFALFA, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lonja de Murcia, ALMENDRAS, COLZA, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lonja de Valencia, ARROCES, CASCARA, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lonja de Barcelona, CEREALES, ALFALFA, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lonja de Murcia, ALMENDRAS, COLZA, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lonja de Valencia, ARROCES, CASCARA, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lonja de Barcelona, CEREALES, ALFALFA, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lonja de Murcia, ALMENDRAS, COLZA, etc.

Table with 3 columns: Item, Price, Zone. Rows include Lonja de Valencia, ARROCES, CASCARA, etc.



Los participantes del 14º Curso Internacional "Tecnología postcosecha y procesado mínimo". / CITROSOL

Frutas Apemar, protagonista de la clase práctica de Citrosol en el curso de postcosecha en la UPCT

► CITROSOL.

El 14º Curso Internacional, con título universitario en 'Tecnología postcosecha y procesado mínimo', organizado el pasado mes de marzo por la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) y patrocinado por Citrosol, ha concedido un papel protagonista a su cliente murciana Frutas Apemar. Empresa con más de 60 años de vida y que ha servido de ejemplo a alumnos, técnicos e investigadores que han conocido in situ en una visita a sus instalaciones la implementación que realiza dicha compañía de la 'postcosecha de precisión' promovida por Citrosol.

Frutas Apemar, asentada en Alquerías (Murcia), es una de las empresas españolas más importantes en comercialización de limón y pomelo con una producción superior a las 30.000 toneladas anuales. Frutas Apemar suministra producto a sus clientes durante los 365 días del año.

Frutas Apemar posee un sistema de calidad basado principalmente en dos puntos, primero llevando a cabo un control directo de cultivos (Global-GAP) y segundo ejercitando un control exhaustivo en la selección, envasado, comercialización y transporte (normas ISO, HACCF1 BRC) de sus productos perecederos. Así, Frutas Apemar puede garantizar las normas de calidad desde el cultivo hasta su destino final, gracias

Frutas Apemar ha apostado por la 'postcosecha de precisión' de Citrosol

Es una respuesta a las limitaciones en herramientas que se está produciendo

a un aliado estratégico en sus tratamientos como es Citrosol, crucial a la hora de garantizar la seguridad alimentaria y la vida útil postcosecha de sus limones y pomelos.

■ POSTCOSECHA DE PRECISIÓN

El patrocinio de este curso internacional por parte de Citrosol ha venido complementado con una presentación técnica a cargo del CEO de la compañía valenciana, Benito Orihuel, bajo el título 'Principios y efectos del control químico de los podridos postcosecha'. Orihuel abordaba algunas cuestiones de plena actualidad como la proliferación en el sector de "fake news" como aquellas que, sin rigor científico, hablan de formulaciones (ceras con Sorbato K u otros aditivos alimentarios) capaces de lograr eficacias superiores al 70% frente a Penicillium para

frutos en stock durante 15 días. Por otro lado, Benito Orihuel describía el camino emprendido por Citrosol para impulsar tecnologías de 'postcosecha de precisión' como respuesta a las limitaciones en herramientas que se está produciendo en el sector: "La desaparición de la Guazatina, después la del Procloraz y la muy próxima del Propiconazol ha supuesto, y supondrá aún más en el futuro, realizar importantes mejoras en tecnologías y tratamientos para el control del podrido de los cítricos".

"Nosotros nunca tuvimos necesidad de utilizar Propiconazol, nuestros clientes nunca tuvieron problemas de podrido por Geotrichum", añadía Orihuel.

El concepto de 'postcosecha de precisión' que promueve en los últimos años Citrosol fue iniciado con Citrosol Vertido Cero®, una revolución en el sector mundial de la postcosecha que ha aportado mejoras en la precisión y robustez de los equipos de aplicación implementando tecnologías 4.0, con las que se ha mejorado la precisión en las aplicaciones. Con la tecnología de Citrosol Vertido Cero® se consigue una mayor fiabilidad en el mantenimiento en condiciones higiénicas de caldos y equipos de tratamiento, conservando constantes las concentraciones de los activos e higiene en los caldos con monitorización frecuente de los mismos.



No celebrar Fruit Attraction 2020, "no es una opción" según su director. / ARCHIVO

"Fruit Attraction vuelve a ser una feria de emprendedores"

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Una de las grandes incógnitas a las que se está enfrentando el sector en estos días es qué ocurrirá con la próxima edición de Fruit Attraction. Después de once años con ediciones que cada vez reúnen a más expositores y visitantes, la edición de 2020 se plantea con la seguridad de que, de celebrarse, va a ser diferente y más reducida, al menos en el aspecto presencial, por la crisis del COVID-19.

Raúl Calleja, director de Fruit Attraction, está organizando videoconferencias con expositores y medios de comunicación para explicar cómo va a ser el nuevo escenario de la feria (no celebrarla no es opción: "sería un fracaso") en un entorno que define como "de incertidumbre y complejo", con dos posibles escenarios: una feria virtual o una feria presencial y multicanal, formato por el que se apuesta desde la organización pensando en ponerse "al servicio del sector hortofrutícola".

Raúl Calleja expresa que el deseo de la feria es acompañar "a todas las empresas para que estén". Con formatos diferentes a los que nos habían acostumbrado en las últimas ediciones, apelando al espíritu emprendedor de cuando se inició la feria, en 2009, en plena crisis económica: "vuelve a ser una feria de emprendedores", señala.

Dependiendo de cómo evolucione la pandemia, Madrid decidirá en breve (como ya se ha hecho en Alemania) la reactivación del calendario ferial a partir de septiembre. Por este motivo, Fruit Attraction ha retrasado el pago del primer plazo de reserva de los stands hasta al menos el 6 de julio. Consciente de la necesidad de las empresas de realizar

sus previsiones, pero, al mismo tiempo, de minimizar sus riesgos, desde Fruit Attraction animan a la contratación de espacios estándar, basic o premium, con amplias posibilidades de personalización pero que permiten realizar inversiones ajustadas o la cancelación al 100% si la feria no llegara a celebrarse.

También se ha hablado con los hoteleros madrileños para llegar a un acuerdo de posibilidad garantizada de contratación de habitaciones en el mes de septiembre a precios más ajustados que en anteriores ediciones. Las empresas van a ajustar sus delegaciones en esta edición y, en definitiva, se quieren dar todas las facilidades para que se pueda acudir con las máximas garantías de seguridad sanitaria y de capacidad de hacer negocios. Por ejemplo, las empresas pueden ajustar los metros cuadrados que tenían reservados a sus nuevas expectativas en la feria.

En esta edición, como no podría ser de otra forma, se primará la seguridad y la salud de los asistentes y se establecerán controles de temperatura en los accesos (más limitados que en otras ediciones) esperando que para entonces exista también un pasaporte biológico. "Faltan seis meses", recuerda Raúl Calleja.

En definitiva, Fruit Attraction 2020 será una feria con un importante papel del entorno online, pero que no renuncia a la presencialidad, "adaptada y adecuada a la nueva situación", y en la que se espera contar con el máximo de firmas participantes porque "tenemos la responsabilidad de ayudar a las empresas a seguir vendiendo, optimizando costes y ayudando a penetrar en nuevos mercados".

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

- España: 159,00 Euros
 Europa: 285,00 Euros
 Resto países: 360,00 Euros

Anuario Hortofrutícola

- Suscriptor VF: 35,00 Euros (+envío)
 No suscriptor VF: 60,00 Euros (+envío)

(Anotar X en la forma elegida)

* Valencia Fruits incluye el envío del semanario durante un año y del Anuario a la dirección del suscriptor

EMPRESA: _____

DE ACTIVIDAD: _____ DNI/NIF: _____

CON DOMICILIO EN: _____ CP: _____

CALLE: _____ NÚMERO: _____ TEL.: _____

E-MAIL: _____

DESEA SUSCRIBIRSE AL SEMANARIO VALENCIA-FRUIT, POR EL PLAZO DE UN AÑO, HACIENDO EFECTIVO EL IMPORTE DE LA SUSCRIPCIÓN POR:

BANCO/CAJA: _____ IBAN Nº _____

Firma

Enviar por e-mail a Valencia Fruits: info@valenciafruits.com o por correo postal a Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6 - 46005 VALENCIA

PENBOTECH[®] 400 SC



Nueva solución postcosecha a base de
PIRIMETANIL
para el tratamiento de cítricos
by **JANSSEN PMP[®]**

- 🍊 Acción preventiva y curativa de los principales patógenos postcosecha.
- 🍊 Excelente herramienta para el manejo de resistencias.
- 🍊 Sin ARfD y un elevado LMR (UE = 8 ppm).
- 🍊 Ideal para almacenamientos y/o transporte prolongados, gracias a su demostrada actividad a largo plazo.

Somos tu especialista en Postcosecha



FOMESA FRUITECH

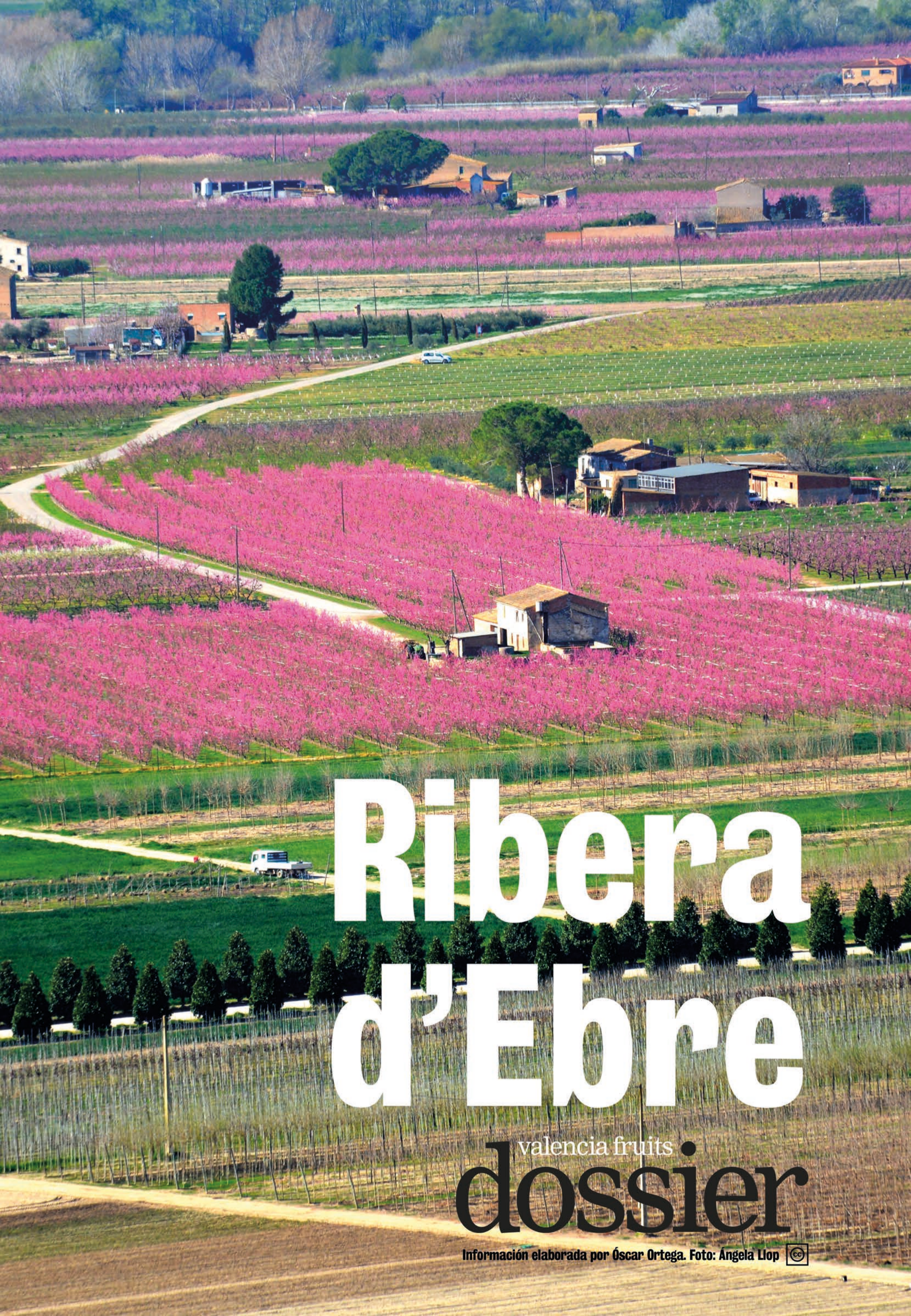
Your postharvest partner since 1955



Camí del Racó, 10 - Pol. Ind. Norte
46469 Beniparrell - Valencia (España)

T. +34 96 121 18 62
F. +34 96 121 41 13

info@fomesafruitech.net
www.fomesafruitech.net



Ribera d'Ebre

valencia fruits

dossier

Información elaborada por Óscar Ortega. Foto: Ángela Llop 

GEMMA CARIM / Presidenta del Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre

“La fruta dulce es el producto agrícola con mayor presencia en la Ribera d'Ebre”

Gemma Carim, presidenta del Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre —y alcaldesa de Vinebre—, repasa para **Valencia Fruits** diversos temas relacionados de alguna manera con la actividad agrícola de la comarca y, en concreto, con el sector de la fruta dulce.

Valencia Fruits. “La Ribera en flor” continúa funcionando hasta la aparición del COVID-19...

Gemma Carim. “La Ribera en flor” es una iniciativa que coordina el Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre para vehicular las actividades turísticas de la comarca vinculadas a la floración de los árboles frutales y a las producciones locales.

Las experiencias que ofrecen nueve pueblos de la comarca están estrechamente relacionadas a la agricultura, al territorio y a la gastronomía, y ponen en valor el trabajo de los agricultores.

La floración y las actividades se iniciaron a finales de febrero pero, a mediados de marzo, se vieron afectadas por la aparición del COVID-19 y se tuvieron de suspender. Sin embargo, las rutas que se pudieron programar los dos primeros fines de semana tuvieron una buena acogida y contaron con la participación de muchos visitantes.

VF. En términos generales, ¿qué peso tiene la agricultura en la economía de la comarca?

GC. La agricultura es un sector estratégico para la comarca por la ocupación que genera. El 40% de los contratos registrados durante el pasado año 2019 corresponden a este sector.

La Ribera d'Ebre es una comarca tradicionalmente agrícola y continúa siendo uno de los principales sectores gracias al esfuerzo y el trabajo de los productores.

La fruta dulce, el aceite y el vino son los productos agrícolas con mayor presencia en la comarca. Somos la comarca que más cereza produce de Cataluña, y la segunda en producción de melocotón, nectarina y albaricque. Dentro del sector agrícola, el aceite es el producto que más empresas aglutina y nos encontramos entre las seis principales comarcas productoras catalanas.

VF. ¿Este año trabajareis para dar visibilidad a las producciones locales?

GC. Así es. Ya en el 2018, dentro del proyecto Ribera d'Ebre VIVA a través del programa “Treball a les 7 Comarques” (“Trabajo en las 7 Comarcas”),



Gemma Carim, presidenta del Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre. / ARCHIVO

“La Ribera en flor es una iniciativa que pone en valor el trabajo de los agricultores”

“Una parte importante de la producción de la fruta dulce se vende a destinos internacionales”

empezamos a trabajar con el sector agrícola en todo su conjunto, para impulsar las producciones locales y los canales de comercialización de venta directa o en el circuito de proximidad.

Este 2020 se empezarán a ejecutar proyectos para encontrar los mecanismos necesarios para incrementar la presencia de los

productos de la Ribera en los comercios, locales turísticos, restaurantes y eventos comarcales.

El objetivo es visibilizar y promocionar las producciones locales, así como sensibilizar a la población en el consumo de proximidad, mejorando la competitividad territorial y de las empresas agroalimentarias.

VF. El CCRE firmó en febrero un convenio con la Cámara de Comercio de Reus. A efectos prácticos y desde la óptica de los operadores de fruta de la comarca, ¿qué significa?

GC. El convenio con la Cámara servirá para complementar los servicios que ya se están dando a las empresas de la Ribera d'Ebre. La atención de una técnica de esta entidad facilitará, principalmente, asesoramiento y soporte en los trámites de internacionalización. Y es que una parte importante de la producción de la fruta dulce de la Ribera se vende a destinos internacionales,

“Se prevé que la producción de la fruta dulce sea parecida a la del año pasado”

“La agricultura es un sector estratégico para la comarca por la ocupación que genera”

les, por eso, a efectos prácticos, supondrá una mejora en cuanto a comodidad y agilidad en la comercialización al extranjero.

VF. ¿Qué comenta de las afectaciones del temporal Gloria de finales de enero?

GC. El temporal Gloria en la Ribera d'Ebre produjo afectaciones a la red viaria de la comarca por la caída de piedras e inundaciones, principalmente en caminos situados en la parte sur de la comarca. Los ayuntamientos pusieron todos sus esfuerzos para remediar esta situación lo antes posible, para que los productores pudieran acceder a sus campos y continuar con su trabajo.

VF. Cereza, kiwi y almendra, cultivos de futuro según el Estudio de Análisis de Mercado de Alternativas Productivas por la diversificación de cultivos del sector de la fruta dulce en la Ribera d'Ebre. ¿Qué apunta de este estudio?

GC. Hace más de 10 años que los agricultores de la Ribera d'Ebre se enfrentan a la Sharka, un virus que afecta los árboles de fruta dulce y supone un gran esfuerzo económico y humano para los productores. Desde el proyecto Ribera d'Ebre VIVA, durante el 2019, se llevó a cabo un estudio de mercado para dar soporte y trabajar conjuntamente con los empresarios de la fruta. El estudio tenía el objetivo de proporcionar más herramientas para hacer frente a esta amenaza, analizando alternativas productivas que fueran atractivas para la distribución nacional y europea y que se pudieran plan-

tar de forma competitiva a la Ribera d'Ebre.

El estudio empezó con un análisis de mercado para identificar los cultivos que tenían una mayor demanda. A través de entrevistas con expertos del sector agrícola, se analizaron aquellos productos que, por las condiciones climatológicas, podían plantarse en la Ribera. Cuando tuvimos el primer listado, se hicieron entrevistas con distribuidores nacionales e internacionales para conocer el “futuro” del mercado y valorar con ellos cuáles tenían sentido a nivel comercial y con cuáles podríamos ser competitivos.

Después de meses de trabajo y con el seguimiento de empresarios de la Ribera d'Ebre, propusimos la almendra, la cereza y el kiwi, como posibles alternativas a los cultivos afectados por el virus y para diversificar el sector de la fruta dulce.

VF. Siguiendo con la cereza, tienen en proyecto un distintivo de origen y calidad de la cereza de Ribera d'Ebre, ¿con qué objetivos?

GC. La Ribera d'Ebre es la principal comarca productora de cereza de Cataluña y, en los últimos años, ha incrementado significativamente la presencia del cultivo en los campos. Además, las condiciones climatológicas de la comarca proporcionan unas características únicas: su calidad y la temprana recolección. Por esos motivos, este año se analizará los requisitos y medidas que supone tener un distintivo de origen y calidad. Además, con la participación de los empresarios de la fruta se evaluará si es una opción de futuro para darle un valor añadido a la cereza de la Ribera d'Ebre y al territorio.

VF. ¿Qué perspectivas hay para esta campaña?

GC. Este año será diferente a los demás, ya que la campaña estará marcada por la aparición del COVID-19 y las medidas de seguridad adoptadas para minimizar riesgos de contagio.

La campaña de la cereza ha empezado con mal pie ya que, debido a las lluvias de abril, el fruto se ha visto afectado y las variedades tempranas no se han podido recolectar. Sin embargo, se prevé que la producción de la fruta dulce sea parecida a la del año pasado, aunque puede variar según la climatología.

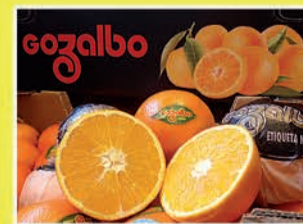


GOZALBO

“32 aniversario de Gozalbo en Miravet”

www.gozalbo.com

■ Girona. Tel.: 972 24 07 11
■ Ribera d'Ebre • Miravet. Tel.: 977 40 71 51



“EL PREMI AL NOSTRE ESFORÇ ÉS LA VOSTRA SATISFACCIÓ”

XAVIER ARBÓ / Alcalde de Benissanet

“Un 75% de la población de Benissanet se dedica al cultivo de fruta de hueso”

Xavier Arbó, alcalde de Benissanet, muestra con esta declaración la gran importancia que supone la fruta de hueso en esta localidad de la Ribera d'Ebre. También comenta otros temas derivados de la actividad agrícola con las rutas agro-turísticas por las plantaciones de frutales en época de floración, apuntes sobre la campaña y las características de una campaña ideal.

Valencia Fruits. ¿Qué peso tiene el cultivo de fruta de hueso en la localidad? En el pico de campaña, ¿a cuántas personas emplea?

Xavier Arbó. Un 75 por cien de la población de Benissanet cultiva fruta de hueso. Entre las empresas que se dedican a la producción, confección y exportación de frutas y agricultores, se emplean alrededor de unas 600 personas.

VF. Por cada 100 hectáreas de cultivo, ¿cuántas acapara la fruta de hueso? ¿Y qué tendencia sigue?

XA. Actualmente es alrededor del 70% fruta, y la tendencia es plantar olivo y almendro, entre otros cultivos, debido al bajo precio que se paga al agricultor en fruta de hueso.

VF. El año pasado iniciaron las rutas agro-turísticas de los frutales en flor. ¿Continúan apostando por esta iniciativa? ¿Alguna novedad?

XA. Este año hemos estado a la expectativa de cuantas hectáreas quedan plantadas cerca del núcleo urbano de Benissanet para que los posibles visitantes puedan acceder a estas rutas.

De cara al próximo año tenemos previsto iniciar nuevas rutas debido a la gran aceptación de las espectaculares rutas con los frutales en floración.

VF. ¿Cómo surgió la idea?

XA. La idea surgió como complemento a la visita del refugio antiaéreo de la Font Gran, donde se puede ver la exposición que explica el origen de su construcción, llegando por rutas que pasarán por las plantaciones de frutales en plena época de floración.

VF. ¿Qué apunta la campaña de melocotón y paraguayo?

XA. Apunta a una muy buena calidad, como es habitual desde hace muchos años, y con un adelanto de entre unos 7 a 8 días antes de lo previsto.

VF. Y ¿las otras fruta de hueso como cereza, albaricoque...?

XA. Respecto a la cereza, las lluvias han estropeado gran parte de la producción de variedades precoces y, en relación a albaricoque, en este momento se empieza la recolección dentro de las expectativas esperadas.

VF. Una pincelada de la pasada campaña.

XA. En la línea de los últimos años, donde el agricultor está penalizado con precios por debajo del coste de producción, y de seguir así esta tendencia hará inviable la producción de fruta de hueso.

VF. ¿Cómo se presenta la edición de este año de la



Xavier Arbó, alcalde de Benissanet. / ARCHIVO

“Esta campaña apunta a una muy buena calidad con un adelanto de 7 a 8 días”

“Por cada 100 hectáreas de cultivo, alrededor del 70% se dedica a fruta”

Localidad dinamizadora

Benissanet es la localidad de la Ribera d'Ebre con mayor peso específico en las plantaciones de fruta de hueso, siendo el melocotón la principal fruta para luego sumarse el paraguayo y la nectarina, y convirtiéndose en una localidad dinamizadora económica de la comarca. De esa importancia nació la “Fira de l'Auberge” (Feria del Melocotón).

Como indica su alcalde, Xavier Arbó, en el pico máximo de la campaña se pueden llegar a “emplear 600 personas”. ■

“Fira de l'Auberge” (Feria del Melocotón)?

XA. Durante estas fechas estaríamos cerrando la programación de la decimocuarta edición de la “Fira de l'Auberge”, como llamamos por aquí al melocotón, pero por el momento queda suspendida a causa del COVID-19.

Una lástima porque son dos días en los que acuden muchos visitantes a Benissanet, y se ha convertido en un punto de atracción y dinamismo para la localidad con el consecuente incremento socio-económico para Benissanet y otras localidades cercanas.

VF. ¿Qué características ha de reunir una campaña ideal?



La floración de los frutales invita a disfrutar del paisaje de la Ribera d'Ebre. / ARCHIVO

Consolidación de “La Ribera en flor”

El último fin de semana de febrero la Ribera d'Ebre dio el pistoletazo de salida a la “La Ribera en flor”, una iniciativa coordinada por el Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre para vehicular las actividades turísticas vinculadas a la floración de los árboles frutales. “Los últimos años nos hemos convertido en un referente en Cataluña en la promoción de recorridos por los campos de melocotoneros, albaricoqueros, ciruelos y cerezos en época de floración. Un turismo vinculado a la naturaleza, el paisaje y la gastronomía, que a su vez reivindica la vida de campo y la producción agrícola de nuestro territorio”, explica la presidenta del Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre, Gemma Carim.

Iniciativa que se truncó con la aparición del COVID-19 y la implantación del Estado de Alarma en todo el territorio nacional por allá mediados de marzo. Hasta entonces, las rutas celebradas tuvieron una buena acogida y contaron con la participación de muchos visitantes.

■ NUEVE PUEBLOS

En los últimos seis años, el interés por la floración no ha hecho más que crecer. Este año se sumaron nueve pueblos (Ascó, Vinebre, Flix, García, Ginestar, Miravet, Móra d'Ebre, Móra la Nova y Tivissa) que organizaban rutas guiadas —a pie, en bicicleta o en carro— por los campos, que se combinaban con la visita a otros

atractivos de la comarca: catas de vino y de aceite, recorridos por los espacios de la Batalla del Ebro y por el patrimonio arquitectónico.

El programa contemplaba actividades hasta el último fin de semana de marzo, a pesar de que la oferta se podría haber alargado en función de la meteorología y los tiempos de la floración: los almendros son los primeros en sacar flor; los melocotoneros, albaricoqueros y ciruelos continúan el proceso; y los cerezos cierran el calendario. Todo un espectáculo cromático que dura casi tres meses, normalmente hasta principios de abril.

■ EL TRABAJO DE AGRICULTOR

Las experiencias que ofrecen estos nueve pueblos de la comarca están estrechamente relacionadas a la agricultura, al territorio y a la gastronomía, y ponen en valor el trabajo de los agricultores.

La actualización de las actividades está disponible en www.turismeriberadebre.org donde también se puede encontrar un mapa con los puntos de la comarca más adecuadas para la observación de los árboles en flor. Como los campos de cultivo son de propiedad privada las rutas se realizan con guía mediante alguna de las actividades programadas.

El año pasado, un millar de turistas participaron en alguna de las actividades programadas, pensadas principalmente para el público familiar.



RIBERA D'EBRE:
UNA TERRA,
UN PRODUCTE
DE QUALITAT!



Consell Comarcal
Ribera d'Ebre

riberad'ebre

➤ www.riberaebre.org
➤ www.turismeriberadebre.org

FRANCESC PAMPOLS / Gerente de Pampols Packaging Integral

“Apostamos por automatizar procesos y presentar la fruta en envases atractivos y seguros”

Con estas manifestaciones Francesc Pampols, gerente de Pampols Packaging Integral, ilustra una demanda importante de los clientes con el objetivo de ser más competitivos. Los cambios derivados de la nueva situación provocada por el COVID-19 y la irrupción de la tecnología, en general, y la renovación de certificaciones como la ISO 9001, BRC Broker y Storage&Distribution, en particular, son temas de los que habla Pampols a lo largo de la entrevista.

Valencia Fruits. Vayamos el tema estrella en estos días. Como actividad esencial han continuado trabajando, pero ¿cómo han afrontado estos dos meses marcados por la irrupción del COVID-19?

Francesc Pampols. Estas últimas semanas han sido excepcionales por lo que nos hemos tenido que adaptar a las nuevas circunstancias como toda la sociedad y el tejido empresarial.

Como parte de la cadena alimentaria, la actividad de Pampols Packaging Integral no ha parado durante el Estado de Alarma.

Nuestra cartera de clientes está formada básicamente por industria alimentaria, supermercados y empresas agrarias, y era nuestro deber continuar suministrando material, extremando las medidas de seguridad y reorganizando el trabajo.

VF. Acaban de renovar certificaciones de calidad. ¿Cuáles son y qué aportan a Pampols?

FP. Así es. Hemos renovado recientemente la ISO 9001 y las BRC Broker y Storage&Distribution.

Son certificaciones internacionales de referencia en el sector del packaging alimentario y que avalan la metodología de trabajo de Pampols tanto en la comercialización de embalajes alimentarios como en el servicio de postventa de maquinaria del sector.



Francesc Pampols, gerente de Pampols Packaging Integral. / ARCHIVO



Ejemplo del resultado de la enfardadora de cartón. / PAMPOLS



Una imagen de enmalladora con malla compostable. / PAMPOLS

Estas certificaciones acreditan que tenemos una forma de trabajar especializada y siempre siguiendo unos protocolos estrictos de calidad, salvaguardando los intereses del cliente y mantenimiento estrictos controles de segu-

“Nos adaptaremos a las necesidades del mercado que vayan surgiendo para satisfacer a las nuevas demandas”

“Nuestros clientes necesitan una buena presentación para sus productos”

riedad alimentaria en todos nuestros envases.

Pensamos que hoy en día todas estas acreditaciones son necesarias para trabajar. De hecho, cada día más clientes nos las exigen.

VF. ¿Tienen alguna otra novedad y proyecto en ciernes?

FP. Muchos de nuestros clientes se están centrando este año en automatizar procesos con el objetivo de poder ser más competitivos. En este sentido, se han instalado diversos equipos de llenado automático y sistemas de encajado para cestas de plástico y cartoncillo. También se han puesto en funcionamiento algunos equipos de montaje de cajas automáticas.

Paralelamente, en cuanto a máquinas de envasado, se han instalado muchas enmalladoras para producto sin bandeja y con uso de mallas compostables así como de maquinaria de encintado para plátanos, pues hemos detectado que el flowpack en este tipo de producto no acaba de gustar a los supermercados.

VF. Empieza la campaña de verano. ¿Qué perspectivas tiene Pampols?

FP. Esta campaña de fruta de hueso viene marcada por la gran incertidumbre que ha cosechado el coronavirus y muchas variables todavía a día de hoy son una incógnita. Cómo responderá el mercado (también el de las exportaciones) o cómo se aplicarán las medidas de seguridad en el campo y en las empresas agrícolas son algunos ejemplos.

Como expertos en embalajes y envases agroalimentarios, nos adaptaremos a las necesidades del mercado para satisfacer las nuevas demandas que puedan surgir.

Algunos de nuestros clientes piensan que esta nueva situación puede hacer que cambien las preferencias de compra de los clientes, potenciándose más el consumo de productos frescos, normalmente asociados a alimentos más saludables.

VF. ¿Están especializados en alguna de las frutas de hueso? ¿Qué requiere esa especialización?

FP. Tenemos clientes en muchas zonas de España, especialmente en todos aquellos clústers de fruta de verano como son Cataluña, Región de Murcia, Extremadura, La Rioja, Comunitat Valenciana... por lo que conocemos bien el sector y ofrecemos soluciones en todo lo relacionado con el packaging en el sector hortofrutícola.

VF. En los últimos años, ¿cómo ha evolucionado la gama de productos y servicios para las familias de fruta de hueso?

FP. En la última década, la tecnología ha irrumpido en muchos sectores, también en el agrario. Gracias a la tecnología se han automatizado muchos procesos de envasado que permite reducir costes y mejoran la presentación del producto. También se han producido mejoras en cuanto a la seguridad alimentaria.

Parece ser que con la nueva situación provocada por el COVID-19, la transición hacia envases de corte supuestamente más ecológico ha quedado en un segundo plano, pues en estos momentos priman otros factores como la seguridad alimentaria.

Todo son modas y, en este sentido, la moda de lo ecológico ha perdido algo de fuerza en estos últimos meses.

VF. ¿Qué tipo de envase y servicio demanda más el cliente operador de fruta de hueso? En este sentido, que el envase sea sostenible, ¿marca tendencia?

FP. Nuestros clientes tienen la necesidad de hacer una buena presentación de producto, que resulte atractiva para el consumidor final y al mismo tiempo garantizar que su fruta llegue en las mejores condiciones posibles de preservación en el mercado.

Los supermercados están replanteando la venta a granel de su producto, por las incomodidades que supone de cara a las medidas de higiene impuestas por el COVID-19. Por lo que no dudamos en creer que seguramente se incrementará, frente a años anteriores, la venta de productos en packs sellados, tratando de evitar al máximo que el cliente final pueda tocar el producto.

WWW.VIVEROSEBRO.ES

EXCLUSIVA en variedades SMS

Novedad **Red Stone**

Más variedades SMS: Nimba, Red Pacific, Frisco, Yellowstone...

Red Stone: variedad de árbol compacto • Ideal para intensivos
Cereza precoz • Resistente al cracking • Dulce y dura como una piedra !!!



CEREZA - MELOCOTONERO - NECTARINA - ALBARICOQUE - CIRUELO - ALMENDRO



Viveros EBRO



VIVEROS: Afueras "Partida Tulieles", s/n
43747 MIRAVET (Tarragona) • Tel. +34 977 407 278

MARC PIÑOL / Gerente de Grup Fruiter de Benissanet

“Investigamos nuevas variedades para implantar mejoras y adelantar el inicio de campaña”

Para Marc Piñol, gerente de Grup Fruiter de Benissanet, mejorar las variedades es un camino a seguir para obtener mayores rendimientos, empezando por el agricultor. La oferta, la relación con los clientes y los objetivos de esta cooperativa son otros aspectos que comparte Piñol en esta entrevista.

Valencia Fruits. ¿Cómo afrontan los cuadros ejecutivos la gestión de una cooperativa como Grup Fruiter de Benissanet?

Marc Piñol. Somos un equipo profesional formado y experimentado que conocemos las bambalinas de las campañas. Aún así, cada campaña es diferente y plantea situaciones diferentes que hay que afrontar y solventar. Esta campaña no es una excepción con la aparición del COVID-19.

En clave operativa, la clave está en controlar todos los apartados que comporta presentar el producto final y dar el máximo servicio particularizado a toda la cadena de valor de origen a final. Esto es, perfeccionar el proceso desde el campo al consumidor.

VF. ¿Las expectativas de la campaña por producto?

MP. Desde el punto de vista climático, en la Ribera d'Ebre hemos tenido un invierno suave con pocas horas de frío que habrá que esperar cómo repercute en la fruta, pero muy posiblemente restará potencial y algunas variedades sufrirán un ligero descenso de volumen de producción.

Luego, el último episodio de lluvia intensa de la segunda parte de abril ha afectado las variedades primeras de cereza y albaricoque.

Y como he comentado antes, la aparición del COVID-19 que ha desencadenado todo una serie de nuevos protocolos de actuación para seguir las directrices especificadas por las administraciones. En el caso de Grup Fruiter de Benissanet protocolos y otras acciones primero pensando en nuestros trabajadores y sus familias; y tranquilidad por nuestros clientes ya que no se transmite por la superficie ni el interior de la fruta.

Aún con todo recordar que la Ribera d'Ebre disfruta de unas condiciones agroclimáticas ideales para el cultivo de fruta de hueso.

VF. En clave fruta, ¿cuáles son los ejes de esta cooperativa?

MP. En los últimos años, en melocotón, nectarina, parguayo, cereza y albaricoque centramos nuestra oferta de fruta de hueso hacia variedades actualizadas que alcancen mejor sabor y variedades más tempranas que adelanten el inicio de campaña.

Todo ello de la mano de casi 50 unidades familiares de la comarca que dan valor añadido a la producción y que recolectan la fruta más en su punto.

VF. ¿Cuáles son los principales mercados de destino de la fruta de hueso de Grup Fruiter de Benissanet?



Marc Piñol, gerente de la cooperativa Grup Fruiter de Benissanet. / ARCHIVO

“Es un objetivo constante conseguir un rendimiento económico óptimo para el agricultor”

MP. Nuestra filosofía es continuar con nuestros clientes-amigos, de ellos tanto venta detallada como en granel. Es una relación mutua de equilibrio y confianza: ellos apuestan por nosotros y nosotros por ellos. Por otra parte, las diferentes misiones

comerciales realizadas a través de Ribera d'Ebre VIVA nos ha permitido acceder de forma directa a países extranjeros para conocer de primera mano aquellos mercados y algunos de sus operadores que pudieran encajar con nosotros dando pie a ejecutar alguna operación comercial para prospección. En la misma línea, nuestra presencia en la feria Fruit Attraction, bajo el paraguas del stand de Cataluña, también responde a esa inquietud.

VF. Para ustedes, ¿qué variedades tendrán éxito dentro del grupo 'fruta de hueso'?

“Cada campaña es diferente y plantea situaciones diferentes que hay que afrontar y solventar”

MP. Como he comentado anteriormente, buscamos variedades con sabor además de otros parámetros.

VF. Cereza, kiwi y almendra, cultivos de futuro según el Estudio de Análisis de Mercado de Alternativas Productivas por la diversificación de cultivos del sector de la fruta dulce en la Ribera d'Ebre. ¿Qué opina?

MP. Me parece una buena idea dispersar el riesgo de mercado y vivir de experiencias de nuevas especies que se ajusten a las condiciones agroclimáticas de la comarca de la Ribera d'Ebre. Para el agricultor, tan perjudicado en las últimas campañas, puede ser un camino para minimizar riesgos.

VF. Para acabar, defina objetivos.

MP. En la misma línea de los últimos años: conseguir un precio óptimo para el agricultor y consolidar, si cabe, la relación con nuestros clientes-amigos.

Servicio para mejorar el asesoramiento al tejido empresarial

El Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre (CCRE) y la Cámara de Comercio de Reus formalizan un convenio para mejorar el asesoramiento a las empresas

El Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre y la Cámara de Comercio de Reus han firmado recientemente un convenio para la puesta en marcha de un nuevo servicio de atención a la empresa de esta cámara. Con la formalización del acuerdo, el ente cameral dispondrá de un espacio en la sede del Consell Comarcal donde una técnica atenderá —una vez por semana— a los empresarios y ofrecerá atención personalizada, y también visitará las empresas y buscará sinergias con otras instituciones públicas y privadas.

Con este nuevo convenio las empresas de la comarca podrán tramitar documentos oficiales que hasta ahora solo podían solicitar en Reus, como, por

Este nuevo servicio de atención a la empresa se suma a otros con otras entidades

ejemplo, el certificado de origen y relacionadas con la internacionalización de las empresas. En este último aspecto recordar que las empresas de fruta de hueso ejecutan un elevado número de operaciones internacionales porque gran parte de su producción se destina a mercados de exportación.

■ MÁS ENTIDADES

Resaltar que el CCRE ya trabaja con las empresas a través de convenios con la Generalitat de Cataluña, la Diputación y la Federación de Cooperativas Agrarias de Cataluña.

Montfruits

EXPORTADORES DE FRUTAS

Melocotón • Nectarina • Cerezas • Clementinas • Naranjas

Almacén Central en Santa Bárbara
Ctra. Comarcal 331, km.17,800 • 43517 TORTOSA (Tarragona) • Tel. 977 71 92 71 • Fax: 977 71 94 80
E-mail: info@montfruits.com • www.montfruits.com

Almacén en Benissanet
Ctra. Mora s/n • 43747 BENISSANET (Tarragona) • Tel.: 977 40 76 43

ANDREU y ENRIC MINISTRAL VERDAGUER / Gerentes de Fruites Gozalbo

“El consumidor demanda calidad, justo aquello que debemos ofrecer”

Los hermanos Andreu y Enric Ministral son los gerentes de Fruites Gozalbo, empresa que cuenta con presencia en Miravet (Ribera d'Ebre), MercaGirona y próximamente también contará con una central logística en Mercabarna. El esfuerzo de los agricultores, las expectativas de campaña y las novedades de la empresa son algunos temas que comentan durante la entrevista.

Valencia Fruits. Ustedes disponen de una central frutícola en Miravet hace más de treinta años. ¿Qué aporta en el engranaje de Fruites Gozalbo?

Enric Ministral. La comarca de Ribera d'Ebre, y en concreto la zona de Miravet, donde tenemos ubicada la central frutícola, aporta a Fruites Gozalbo fruta temprana cosechada artesanalmente, característica que nuestros clientes aprecian mucho, y además es el punto de inicio de la fruta de hueso. Obviamente, fruta de calidad y sabor.

VF. La proximidad entre Miravet (Tarragona) y MercaGirona, ¿en qué se traduce de cara al producto? ¿Y qué valoran sus clientes?

EM. El proceso de la fruta es rápido y fresco. Los agricultores recolectan la fruta por la mañana, la preparan por la tarde y está lista en los mercados por la noche. Este proceso nos permite recolectar es su punto ideal de maduración para conseguir un sabor diferente.

Aquí me gustaría remarcar el gran esfuerzo de los agricultores en las últimas campañas por alcanzar las mejores variedades.

VF. Desde de su visión, ¿cómo empieza la campaña de la fruta de hueso de Ribera d'Ebre...

EM. Este año, en especial, no sabemos exactamente cómo reaccionará el mercado en cuanto al



Andreu Ministral Verdaguer y Enric Ministral Verdaguer de Fruites Gozalbo. / ÓSCAR ORTEGA

“En la actualidad, la cuarta generación participamos en el negocio familiar”

consumo. Por las informaciones que nos llegan por parte de los agricultores de Ribera d'Ebre, parece que no hay tanta producción como el año pasado; dato

que ya de por sí es sinónimo de poder gestionar la campaña más tranquilamente y mejor.

VF. Sois la cuarta generación al frente del negocio familiar. ¿Cuál es el secreto de esta continuidad?

Andreu Ministral. Efectivamente, en la actualidad la cuarta generación participamos en el negocio familiar.

Los gestores actuales de Fruites Gozalbo, mi hermano Enric

“Este año abriremos un centro logístico en la unidad alimentaria de Mercabarna”

y yo, además de recoger conocimiento y formación de nuestros predecesores, aportamos juventud, ilusión y capacidad de trabajo infinita para dar un servicio

integral y personalizado a cada cliente que nos reporta diariamente un incremento de buena venta.

VF. El año pasado comentaron que ampliaban su servicio mayorista al sur de Francia. A día de hoy, ¿una valoración?

AM. En el sur de Francia, hablamos de las ciudades de Montpellier y Toulouse y sus áreas de influencia. Cada día que pasa es una zona importante de clientes a quienes dedicamos nuestro servicio diario de venta y transporte de todas las mercancías desde MercaGirona.

En clave logística, remarcar que Girona cuenta con una situación privilegiada en relación a Barcelona y Perpignan.

VF. ¿Hay novedades a la vista?

AM. La gran novedad es que Fruites Gozalbo abrirá en breve un centro logístico en la unidad alimentaria de Mercabarna para poder reagrupar todas nuestras compras y recepciones diarias que operamos en este mercado mayorista y también para distribuir las directamente a nuestros clientes con el objetivo de poder seguir trabajando con la misma ilusión dedicación y seriedad de siempre. Con ello apuntalamos nuestra definición de empresa de servicio.

También incidir que Fruites Gozalbo está preparada para dar este año el máximo servicio logístico a nuestros clientes porque disponemos de una amplia flota de camiones y furgonetas para que en estos momentos especiales derivados del episodio del COVID-19 nuestros clientes, si así quieren, no tengan la necesidad de desplazarse.

Cereza, kiwi y almendra futuros cultivos alternativos en la comarca

Un estudio impulsado por el CCRE, indica que estos cultivos pueden diversificar el sector en la Ribera d'Ebre

El pasado mes de septiembre se presentó en el Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre (CCRE) el Estudio de Análisis de Mercado de Alternativas Productivas para la diversificación de cultivos del sector de la fruta dulce en la Ribera d'Ebre. Este estudio se ha elaborado para poder acompañar a los productores y agricultores que sus cultivos se han visto afectados por el virus de la sharka y poder facilitar posibles cultivos alternativos. Gemma Carim, presidenta del CCRE, apuntó en la presentación que “desde el proyecto Ribera d'Ebre VIVA hay voluntad para continuar apoyando a las empresas y personas productoras del sector de la fruta dulce y trabajar junto con ellas”.

Del estudio se desprende que los cultivos de cereza, kiwi y almendra son los tres cultivos que podrían plantarse en la zona de la Ribera d'Ebre de manera competitiva y que pueden considerarse atractivos a nivel comercial.

En total, el estudio analiza más de 30 cultivos para descubrir qué se podría plantar en la comarca de la Ribera d'Ebre y que también sean capaces de sustituir la fruta de hueso que puede verse afectada por el virus sharka y, al mismo tiempo, ser atractivos para distribuirse en España y resto de Europa.

Para estudiarlo, se trabajaron tres ramas diferentes. En un principio se hizo un análisis de la relación entre demanda y consumo en el mercado nacional, el europeo y el internacional.

Posteriormente, se realizaron entrevistas a expertos en el sector agrícola para conocer si los cultivos se podían cultivar en la zona, y entrevistas a comercializadores nacionales e internacionales para saber qué cultivos tienen interés a nivel comercial.

PRESENTACIÓN

Asistieron a la presentación de los resultados del estudio miembros de las productoras

de fruta dulce de la comarca, de Unió de Pagesos (UP), del Departamento de Agricultura y del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) de la Generalitat de Catalunya, de la Federación de Cooperativas Agrarias de Catalunya (FCAC) y Jóvenes Agricultores (JARC), entre otros, con el objetivo de debatir y conocer su visión respecto a estos resultados y así poder continuar acompañando a las empresas en la diversificación de cultivos.

Entre las aportaciones destacadas durante la presentación, un empresario agradeció el trabajo realizado ya que ayuda a poder filtrar qué cultivos son interesantes y es que “es tan bueno saber qué podemos plantar, como el que no tiene sentido”.

Como recordaron los miembros del CCRE este estudio está subvencionado por el Servicio Público de Empleo de Catalunya en el marco de los Programas de apoyo al desarrollo local.

grup fruiter
Benissanet / Catalunya / España

l'evolució

Ctra. Móra d'Ebre, s/n
43747 BENISSANET (Tarragona)
Tel.: 977 40 75 16 • Fax: 977 40 71 33

E-mail: info@grupfruiter.com
www.grupfruiter.com

JACOB MARSAL / Director de Investigación de Viveros Ebro

“Para esta campaña se espera una muy buena producción de melocotón en la Ribera d’Ebre”

En clave general, la evolución de campaña de cereza y melocotón y las tendencias varietales y, en clave particular, los más de cincuenta años y su campo de experimentación, son algunos contenidos que expresa Jacob Marsal, director de investigación de Viveros Ebro a Valencia Fruits.

Valencia Fruits. Más de 50 años de Viveros Ebro. Ya son años...

Jacob Marsal. Supongo que algo habremos aprendido en este tiempo. Seguimos siendo una empresa familiar compuesta por un excelente equipo de profesionales con un bagaje a nuestras espaldas de conocimiento e investigación que transmitimos a nuestros clientes.

VF. Cuenta con campo de experimentación. ¿Qué función tiene?

JM. El campo de experimentación, o como solemos llamarlo nosotros “la colección”, se trata de un campo donde plantamos todas las variedades disponibles de una misma especie a fin de poder contrastar todos los aspectos de cada variedad: floración, maduración, reposo...

El hecho de que estén todas las variedades juntas permite una valoración exacta y contrastada de cada de ellas, sin las variaciones y oscilaciones que podrían aparecer si estas variedades estuvieran plantadas en diferentes ubicaciones.

“La tendencia es hacia variedades que mejoren las propiedades organolépticas”

Evidentemente, las nuevas selecciones varietales que cada año van apareciendo son introducidas para evaluar su potencial y determinar si superan a sus predecesoras.

Sin duda la tendencia es hacia variedades que mejoren las propiedades organolépticas.

Así, con toda esta información podemos concretar y definir aquellas variedades que mejor se adaptan a las necesidades de cada productor.

VF. ¿Cuál es el perfil de su cliente?

JM. Nuestra cartera de clientes abarca un amplio abanico de perfiles. Desde el aficionado que



Jacob Marsal, director de Investigación de Viveros Ebro, a pie de campo. / ARCHIVO



La variedad Red Pacific presenta buen nivel de azúcar y firmeza en la carne. / ARCHIVO

“Somos una empresa familiar compuesta por un excelente equipo de profesionales”

VF. Bajo su experiencia, ¿hacia dónde se decantan las plantaciones de fruta de hueso de la Ribera d’Ebre?

JM. En la Ribera d’Ebre es una realidad que ha desaparecido un número considerable de plantaciones Prunus Pérsica —el principal motivo es el bajo precio constante en las últimas campañas— que se han ido transformando y diversificando a otros cultivos como almendro, olivo y cerezo. Aún así se conservan un gran número de plantaciones de melocotón, nectarina, y paraguay, y crece el número de campos de albaricoque.

VF. ¿Una radiografía de la cereza que ofrece Ribera d’Ebre?

JM. Es un año con poca producción debido a la falta de reposo y a temperaturas cercanas a los 30°C en floración. El menor volumen de cosecha en árbol conlleva una gran calidad del fruto en cuanto a azúcares y tamaño.

De momento —hasta principios de mayo— hemos padecido largas lluvias que han rajado las variedades más precoces y a partir de ahora entran las primeras variedades exportables duras sin ningún daño derivado de la climatología. Esperamos tener un resto de campaña provechoso sin afectaciones de ningún tipo.

VF. ¿Y de la del melocotón?

JM. Esta campaña hay una muy buena producción de melocotón en la Ribera d’Ebre de excelente calidad, como ya es habitual desde hace muchos años. En cambio, la principal duda será el comportamiento de la variable precio.

Luego, la producción de albaricoque, una fruta que gana hectáreas cada temporada, es un tanto más irregular.

VF. ¿Qué comenta de su faceta viverista?

JM. Más allá de la estricta faceta de viverista, desde Viveros Ebro insistimos en nuestra línea de asesorar al cliente. No solo hablamos de variedades, sino también de otros aspectos técnicos como patrón, poda, formación...

Naturalmente implantar aquellas mejoras y avances técnicos nos permita ejercer nuestra labor de viverista de una forma más eficaz y eficiente.

VF. ¿Qué comenta en cuanto a proyectos que hay a la vista?

JM. Nuestro principal proyecto será adecuar las variedades a la nueva climatología que se está imponiendo, cada vez más cálida.

“Esperamos tener un resto de campaña de cereza provechoso sin afectaciones”

“Nuestro principal proyecto es adecuar las variedades a la nueva climatología”

quiere una planta para su pequeño huerto hasta las principales marcas productoras de fruta.

VF. ¿Cuál es su área de influencia?

JM. En general, nuestro ámbito de influencia radica principalmente en la Península Ibérica.

Exportamos un número reducido de frutales; en cambio, nuestra planta ornamental es más internacional.

PAMPOLS
PACKAGING INTEGRAL

902 401 777
www.pampols.es

BRGS BRGS
Storage and Distribution Agents and Brokers
CERTIFICATED CERTIFICATED

El mejor packaging para sus cerezas

“Somos especialistas en fruta de hueso en la Ribera d'Ebre”

LA CAPELLETA SAT 1245 CAT / Ubicada en Benissanet (Tarragona)

La Capelleta SAT 1245 CAT, ubicada en Benissanet, en pleno corazón de Ribera d'Ebre, aglutina la labor de socios productores, concededores de su tierra y de su cultivo, de la producción de fruta de hueso: melocotón, paraguayo, nectarina y albaricoque, principalmente; “podemos decir que somos especialistas en fruta de hueso de la Ribera d'Ebre”, afirman los responsables de La Capelleta SAT.

Según la opinión de los responsables de esta firma las tendencias de variedades de fruta de hueso en esta zona productora tiende hacia la simbiosis de aquellas variedades aceptadas por el consumidor y las posibilidades agroclimáticas de la comarca o, en otras palabras, la combinación del reflejo del consumidor y la realidad del territorio. En este sentido, juega un papel importante la precocidad de la producción de Ribera d'Ebre que disfruta de unas condiciones ideales para el cultivo de fruta de hueso.

Añaden dos ejemplos en fruta de hueso. Uno, echando la vista atrás, tenemos el ejemplo de la evolución del paraguayo. Con el paso de los años solo aquellas variedades que habían cumplido los requisitos demandados por el consumidor alcanzaron el éxito.

Y otro ejemplo es el albaricoque. El número de hectáreas crece años tras año en la comarca por su sabor y color inigualables en su época de recolección.

No hay que olvidar la precocidad de la campaña de fruta de hueso de Ribera d'Ebre frente a otras zonas productoras es un factor determinante.

■ CALIDAD Y SABOR

En cuanto al consumidor, manifiestan que “demanda fruta al punto de maduración lista para comer. Sí es cierto que algunos consumidores comen por ‘la vista’; pero si la fruta no es de ‘buen comer’ y ‘buen paladar’, el consumidor no repite”.

Para La Capelleta la calidad y el sabor son ejes fundamentales en su filosofía de trabajo; y para conseguirlo, “los socios productores buscan el punto óptimo de recolección de nuestra fruta. Y nuestra labor es dotar al consumidor y al productor del bienestar que pueda proporcionar el cultivo de la fruta”.

■ INDICADORES HABITUALES

Desde La Capelleta apuntan que la producción, esta campaña, presenta un volumen normalizado en melocotón, paraguayo, nectarina y albaricoque. Es cuanto a su desarrollo “hay que estar atentos a cómo puede

llegar a influir el COVID-19 en los distintos ámbitos de campaña”. Y como siempre, “competiremos para que la fruta alcance un precio óptimo para todos y, en especial, para el agricultor”.

■ MIMAR AL AGRICULTOR

En La Capelleta tienen muy claro la importancia de la figura del agricultor, y del pequeño productor muy arraigado en la comarca de la Ribera d'Ebre. Bajo esta óptica, “focalizamos nuestros objetivos en mimar y reforzar nuestro vínculo y trabajar codo con codo con el productor; y también consolidar y ampliar nuestros mercados de destino, y aplicar mejoras en cualquier ámbito de la sociedad. Todo para cumplir nuestro objetivo marco: ofrecer fruta de calidad y sabor la Ribera d'Ebre al consumidor final y obtener buenos rendimientos para el socio productor”.

■ MERCADOS

En términos generales durante las últimas campañas el destino de la producción de La Capelleta se divide principalmente entre el mercado interior y exterior. En cuanto a exterior se centra en países del centro – como Alemania, Austria, Francia... – y norte –países escandinavos– de Europa.

Plan de Acción para impulsar el tejido agroalimentario

En el marco de ‘Ribera d'Ebre VIVA’

El Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre (CCRE) cuenta con el Plan de Acción del producto local de la Ribera d'Ebre con el objetivo de visibilizar y promocionar los productos de proximidad y sensibilizar a la población en el consumo de este tipo de alimentos.

Su implementación va encaminada a mejorar de la competitividad territorial y de las empresas agroalimentarias de la comarca de la Ribera d'Ebre con el fortalecimiento de los circuitos de venta, el impulso de la cadena de valor y la articulación de sinergias entre productores, restauradores y empresas del sector turístico. “Somos conscientes de que tenemos un producto de calidad y lo constata el hecho de que muchas de las empresas exportan fuera del territorio. Ahora bien, por contradictorio que pueda parecer, también hay que estimular la demanda de proximidad, que los restaurantes de la comarca crean, y que la degustación de los alimentos de nuestro sea también un atractivo turístico”, explicó Gemma Carim durante la presentación del plan el pasado diciembre.

Este Plan de Acción se ha empezado a implementar desde el mes de enero y se desarrolla en el marco del proyecto Ribera d'Ebre VIVA, subvencionado por

el Servicio Público de Empleo de Cataluña en el marco de los programas de apoyo al desarrollo local de la Generalidad de Cataluña y el Gobierno español.

■ JORNADA TÉCNICA

En el marco de la presentación de este plan se realizó una jornada técnica en la que se presentaron productos agroalimentarios locales como carne y embutidos, miel, vino, aceite, vermut, quesos, dulces, productos de la huerta... “Hace unos años que el Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre a través del programa ‘Treball a les 7 comarques’ trabaja en la promoción del sector alimentario como el del aceite y el vino. Pero ahora hay que ir más allá: hay que convertirse en verdaderos activistas de los productos de proximidad. Y este plan de acción debe servir para sumar fuerzas entre la administración y los productores para conseguir que cada vez más empresas se sumen a este proyecto. Queremos posicionar la Ribera d'Ebre como comarca agroalimentaria y comprometida con el producto local”, explicó Carim.

A la jornada asistió una treintena de personas y entre ellas, representantes de una docena de empresas agroalimentarias de la comarca.

En fase embrionaria la creación de un distintivo de la Cirera de la Ribera d'Ebre

El Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre y el Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat de Catalunya prospeccionan la creación de un distintivo de origen y calidad para la Cirera de la Ribera d'Ebre

En un estudio elaborado a través del proyecto Ribera d'Ebre VIVA, se desprende que la comarca de la Ribera d'Ebre es la principal comarca productora de cereza de Cataluña. A partir de ahí se pretende canalizar la creación de un distintivo de origen y calidad para la cereza de la Ribera d'Ebre.

Remarcar que los distintivos de calidad y origen como la Denominación de Origen Protegida (DOP) o una Indicación Geográfica Protegida (IGP) son sellos reconocidos internacionalmente, muy valorados por los con-

sumidores europeos. Sobre todo porque ponen de relieve: la calidad del producto asociada a un medio geográfico particular con los factores humanos y naturales que le son propios y cuyas fases de producción, transformación y elaboración se hacen totalmente en la zona. La propuesta está en una fase embrionaria y ahora es necesario que los productores y comercializadores de la zona vean la oportunidad que representa para poner valor añadido a las cerezas de la comarca.

Para empezar a trabajar este distintivo las administraciones

comarcal y autonómica mantuvieron una reunión hace aproximadamente un año y acordaron la creación de una comisión de trabajo que estudiara la propuesta y la trabajara con los productores y comercializadores de la comarca que han de ser los beneficiarios.

“Somos una comarca rodeada de DO e IGP, y no tenemos ninguna de propia, cuando sobresalimos con muchos productos locales agrícolas, ganaderos o artesanales, y desde hace unos años, hemos apostado por darle valor, creemos que el reconocimiento con un distintivo de

calidad y de origen nos dará un impulso muy importante como territorio, y por eso queremos trabajarlo” afirmó Gemma Carim, presidenta del Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre. Por su parte, Carmel Mòdol, director general de Alimentación, Calidad e Industrias Agroalimentarias del Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat de Catalunya, destacó que “es una iniciativa que ayuda al desarrollo local, justo cuando ahora como país, se hace una apuesta muy clara para valorizar los



La Ribera d'Ebre disfruta de unas condiciones magníficas para el cultivo de la cereza. / ARCHIVO

productos alimenticios” y por tanto que la Ribera d'Ebre tenga intenciones de tener una DOP o una IGP, “alineada perfectamente con la apuesta que estamos haciendo como país”. Ambas declaraciones recogidas en la web del CCRE.

S.A.T. LA CAPELLETA

Fruta de la Ribera d'Ebre

melocotón • nectarina • paraguayo
platerina • albaricoque • manzana • pera
ciruela • cereza • cítricos

Camí Vell de Mora, s/n • 43747 BENISSANET (Tarragona) • Tel.: 977 407 720 • Fax: 977 407 651
administracio@lacapelleta.cat • www.lacapelleta.cat