

valencia fruits

23 de junio de 2020 • Número 2.900 • Año LVIII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



El granizo de junio reduce hasta un 28% la previsión de la producción catalana de fruta de hueso. / ASAJA

El granizo provoca daños en la cosecha de fruta de hueso

Cataluña y Aragón son las zonas productoras más afectadas por las tormentas de pedrisco durante el mes de junio

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Apenas quince días después de que intensas tormentas de pedrisco causaran daños en las producciones de fruta de Cataluña y Aragón, estos episodios tormentosos volvieron a repetirse el 16 de junio. La estimación de superficie afectada en ambas zonas se eleva a 11.000 hectáreas, y Agrosseguro cifra en 24 millones de euros las indemnizaciones por los daños provocados por este episodio de tormentas.

Según la actualización realizada por el Área Técnica de Afrucat sobre las previsiones catalanas de cosecha de fruta de hueso, la campaña de este año perderá aproximadamente un 28% de su

volumen de producción respecto a la pasada campaña debido a las inclemencias durante el invierno y los últimos episodios de granizo que han tenido lugar entre principios y mediados de este mes de junio principalmente en la zona del Baix Segrià.

Desde la asociación indican que sería la primera vez en más de diez años en que la cosecha de melocotones y nectarinas catalanas no llegaría a las 400.000 toneladas y se podría situar en torno a las 350.000, lejos de las 413.050 toneladas previstas el pasado mes de mayo.

A pesar de este descenso, las empresas frutícolas afirman que, salvo en casos muy puntuales,

está asegurado el abastecimiento de las cadenas de la distribución que ya tienen comprometido el producto para todo el verano. Según el director de Afrucat, Manel Simon, "los que van a sufrir más este verano son aquellos operadores que buscan fruta fuera de las programaciones y que se encontrarán con un mercado donde habrá escasez".

Desde Afrucat señalan que el verano climáticamente atípico que estamos viviendo, con lluvias y temperaturas bajas retrasa el consumo pero, en esta ocasión, el descenso de producción está funcionando como amortiguador para no hacer caer los precios como ha sucedido en otras campa-

ñas y como puede ser el caso de otras frutas como la sandía que ha visto como se hundían sus cotizaciones en la última semana.

En Aragón, las fuertes precipitaciones acompañadas de pedrisco han afectado, de nuevo, a términos de la comarca de Bajo Cinca, como Fraga, Bellver, Albalate o Zaidín, si bien también se han sentido las consecuencias de este fenómeno en otros municipios como Peralta de Alcofea, Esplús, Tamarite, Vencillón, Binéfar o Binaced. La fruta es la producción más dañada. También, aunque en menor medida, esta actividad tormentosa puede haber provocado siniestros en el cereal y otras producciones en diferentes puntos de la comunidad.

Más información en página 10



Esta semana

- 2 "El gran tesoro agrario europeo denostado". Artículo de opinión de Miguel Ángel del Amor
- 3 Una buena temporada para el arándano onubense

Planas anuncia nuevas medidas de apoyo al sector agrario
- 4 "Solidaridad alimentaria". Artículo de opinión de Gonzalo Gayo
- 6 "La hipocresía del acuerdo Mercosur-UE y los zumos de naranja". Artículo de Inmaculada Sanfeliu, directora general del CGC
- 9 La exportación agroalimentaria de la Comunitat Valenciana crece un 13,7%



13 Mercat del Camp

Entrevista a Jordi Escrivá, presidente de la Asociación de Mayoristas del Mercat del Camp: "Durante todo este tiempo todas las paradas del Mercat han permanecido abiertas"



16 Países Bajos/ Bélgica

El mercado de frutas y hortalizas en Bélgica

El sector de la gran distribución alimentaria en Países Bajos

ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	10
Agrocotizaciones:	18
Legislación:	22
Noticias de empresas:	23

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 ORONoz
■ 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
■ suscripciones@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

Valencia Fruits no se hace responsable de las opiniones emitidas por sus colaboradores.



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:



Tribuna Abierta

El gran tesoro agrario europeo denostado



Por
MIGUEL ÁNGEL
DEL AMOR

Cada día el sector agrario español se levanta con nuevas noticias que vaticinan un nuevo revés a sus intereses a pesar de “dar la cara” en estos días de confinamiento y ser la base de toda la cadena que mueve a la humanidad.

Una vez más, el sector se encuentra con la necesidad de hacer frente a retos como el Brexit, el acuerdo UE-Mercosur, veto ruso, aranceles EEUU, Pacto Verde Europeo o la futura Política Agraria Común (PAC) con un presupuesto recortado, por citar alguno de los desafíos más importantes y que ahora se aglutinan mostrando una envergadura jamás conocida.

Remar contracorriente es algo que el sector sabe hacer, puesto que desde que uno se inicia en estos menesteres tiene que luchar contra las incidencias meteorológicas, leyes cambiantes, excesiva burocracia, falta de recursos, competencias desleales, falta de reconocimiento, incertidumbre en los precios y un largo etcétera de calvarios.

Uno de los motivos de fondo son las teorías de políticas de cambio migratorio de la Unión Europea en las que no interesa tener un sector productor agrario en Europa en detrimento de producciones en países terceros y así evitar flujos migratorios, dedicándonos a ser meros receptores de alimentos y por ello cabe recordar que somos la tercera población del mundo con 446 millones de “bocas” que alimentar, después de China y la India. Con esta reflexión es más fácil entender la más que famosa competencia desleal que sufrimos de países terceros y que consienten desde la UE, a través de la entrada de productos con menores garantías sanitarias, sin normas laborales claras, menores controles medioambientales, diferencias salariales sin reciprocidad laboral o incluso etiquetados confusos, entre otros que ya conocemos.

Por lo tanto, es fácil deducir que la agricultura europea tristemente es moneda de cambio de todos sus tratados y que cualquier acuerdo no pasa por medir el impacto real en el sector.

Ahora nos enfrentamos a la mayor crisis ideológica sufrida por el sector en mucho tiempo, entre las que a veces escuchamos voces aisladas que claman un mayor peso en las políticas europeas y medidas firmes, pero son pocas y desunidas, llegando a corta distancia.

Ha llegado el momento de unirnos, juntar las fuerzas, compartir nuestras vi-

vencias, expresar el trabajo del día a día, demostrar la importancia estratégica y social de nuestro trabajo al son de como decía un viejo proverbio: “Si quieres ir rápido, camina solo; si quieres llegar lejos, ve acompañado”.

Actualmente, y en las circunstancias que vivimos, dedicarse al sector agrario se ha convertido en estos días y por tiempo limitado en ser un “superhéroe”. Por primera vez se ha reconocido la labor que realizamos y hasta se ha llegado a decir, con la boca pequeña, la importancia es-



Cultivo hidropónico de lechugas en diferentes alturas bajo invernadero. / MADA

tratégica que representa el sector para el país.

Hay que aprovechar la sensibilidad social y demostrar a los consumidores europeos la importancia del consumo de cercanía, que nuestros productos son neutros en emisiones de CO2, que tienen las mayores garantías sanitarias, que detrás hay sellos de calidad certificada que avalan una responsabilidad social corporativa, un menor consumo de agua y energía, economía circular, sistemas de producción biotecnológica y toda una industria estratégica que abarca desde los universitarios que desarrollan patentes de nuevas industrias, ingeniería de procesos, nueva maquinaria de campo, tecnología de riego y abonado, mejoras genéticas en plantas, desarrollos insostenibles, mucha I+D+i y hasta una potente industria del frío o de transporte por carretera asociada.

Detrás del sector primario hay más de 1,16 millones afiliados al INSS (*) de los 18,5 millones del total de la economía española, a los que habría que sumar el resto de la cadena y que supondría al menos 4 veces más.

Parece paradójico que en otros países del mundo se hable de la agricultura unida a ciencia y tecnología para llegar a alcanzar la necesidad de alimentar a la

población mundial en 2050 que será de 9.700 millones y que en la vieja Europa o en lugares como en los que vivimos donde se ha conseguido aumentar la productividad disminuyendo el consumo de recursos y mejorando los procesos haciéndolos cada vez más sostenibles, no se apueste por un sector tan estratégico.

Una de las profesiones del futuro, según la Universidad de Melbourne en Australia, estará relacionada con la agricultura, ya que se necesitarán las mejores mentes y las mejores tecnologías volcadas en la agricultura durante las próximas décadas. Este será el verdadero reto global a que se va a enfrentar la humanidad y es triste no aprovechar la capacidad de iniciativa del sector español.

El Levante español es referente en tecnología agrícola, desarrollamos los primeros planes de modernización de regadíos, fuimos pioneros en lucha biotecnológica, emprendimos la mejora varietal a través de diversos procesos de selección, optimizamos los recursos, comenzamos las primeras acciones de economía circular y un largo etcétera, pero sufrimos el mal de que lo mejor es lo del otro. El sector debe crear e interiorizar que la vanguardia agrícola nació en el Levante, que nuestros productos son autóctonos, originales, tradicionales y de calidades

y cualidades inigualables, que somos un sector en continua I+D+i y una vez que somos capaces de hacerlo, debemos darlo a conocer al consumidor para que valore la diferencia.

Es de justicia que nuestros gobernantes defiendan, en primer lugar, la autosuficiencia alimentaria europea para dar entrada posteriormente a otros países. Hoy en día es fácil establecer los calendarios y cupos para defender lo autóctono.

No tiene sentido defender la entrada de jóvenes agricultores para que aquellos cultivos que pudieran producir no sean defendidos a nivel español o europeo, primando la entrada de países terceros. Hace falta una política agrícola realmente europea en la que crear, que defienda sus intereses y prime el esfuerzo de sus trabajadores. Con pequeños gestos sería posible.

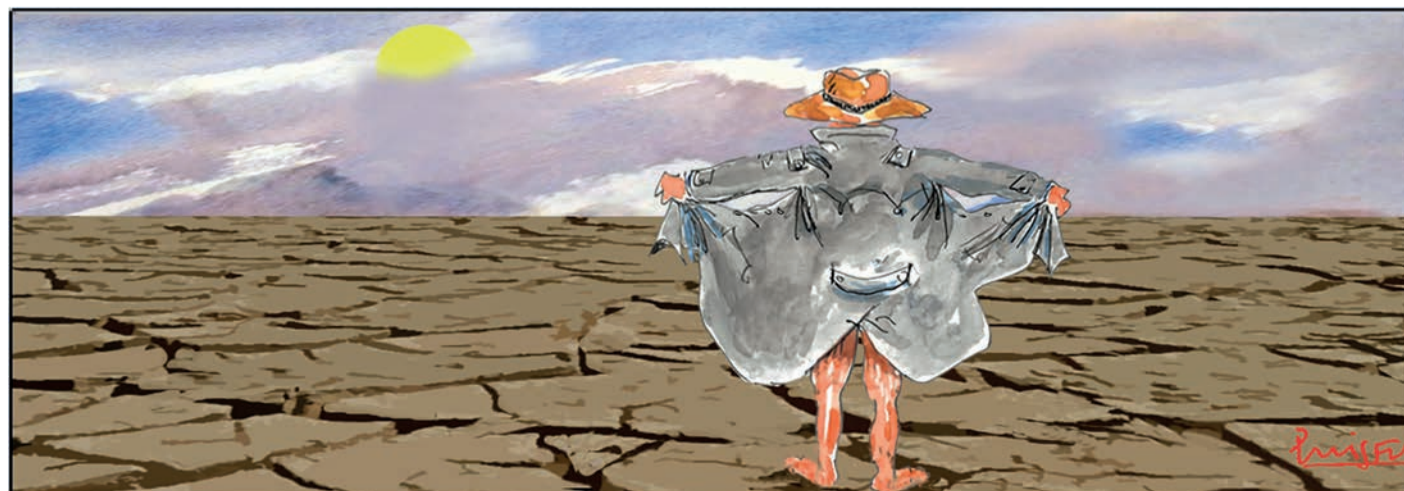
Y termino con aquel refrán que viene al caso “Entre dos que bien se quieren, con uno que coma basta”.

(*) Datos publicados por el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social el 2 de junio de 2020.

Sector Primario= Agricultura, Ganadería, Caza y Servicios relacionados (CNAE 01) + Silvicultura y explotación forestal (CNAE 02) + Pesca y Acuicultura (CNAE 03).

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Una buena campaña para el arándano

El precio medio en origen se ha situado en niveles muy superiores a los registrados durante la temporada precedente

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Con la campaña de fresa ya finalizada, la temporada de frutos rojos se encuentra en su recta final. En cuanto al arándano, en estas fechas se estima que ya se lleva recolectado más del 99% de lo que se esperaba producir en el ejercicio completo, por lo que el ejercicio está tocando a su fin.

El informe de seguimiento del sector de los frutos rojos, publicado por el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, señala que en la semana 24 (del 8 al 14 de junio) la cotización se situó en 4,80 euros/kg. Un valor bastante superior al registrado en la misma semana de las dos temporadas precedentes, como viene sucediendo desde principios del mes de mayo.

Durante la campaña 2019/20 las cotizaciones semanales del arándano empezaron siendo bajas, pero tras Semana Santa, debido a la merma de la oferta de producto causada por factores climatológicos, remontaron y, finalmente, se ha obtenido un precio medio muy superior al de la temporada precedente. En este ejercicio el valor medio se ha situado en 4,48 euros/kg, mientras que en la 2018/19 se alcanzó un importe de 3,45 euros/kg y en la 2017/18 un precio medio de 4,06 euros/kg.

En conclusión, y atendiendo a estas cifras, el informe de la Junta de Andalucía señala que se puede considerar que ha sido una buena campaña para el arándano.

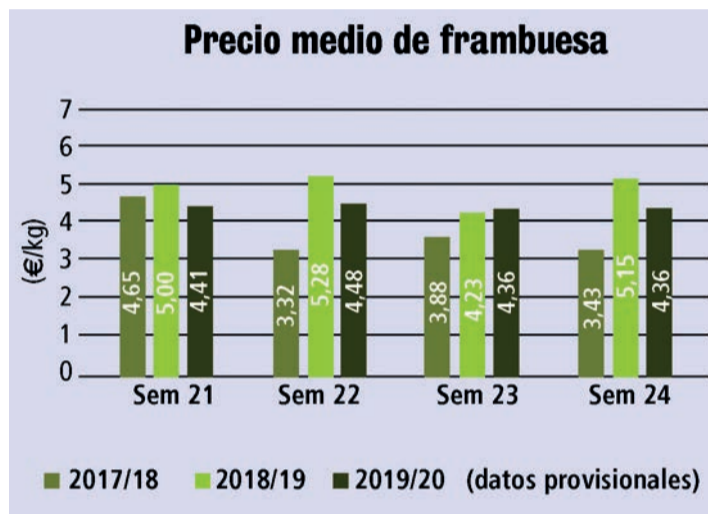


Gráfico 1. Precios estimados en las semanas 21, 22, 23 y 24. Campañas 2017-18, 2018-19 y 2019-20.

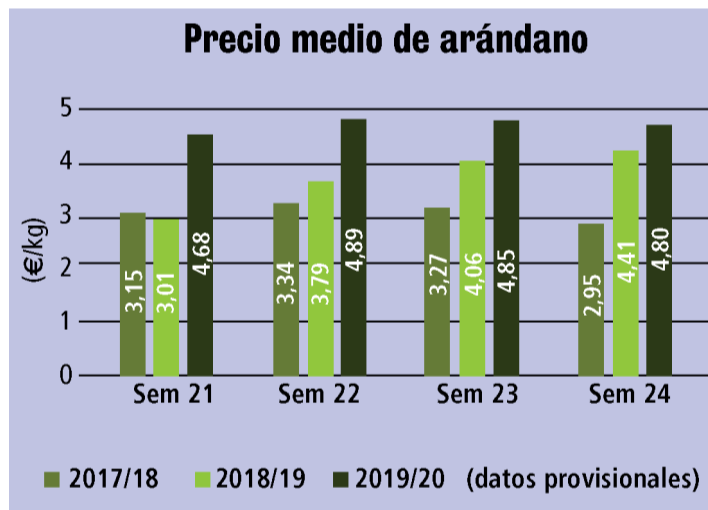


Gráfico 2. Evolución de los precios semanales del arándano en origen. Campañas 2017-18, 2018-19 y 2019-20.



Los precios siguen una tendencia ascendente desde los inicios de mayo. / ARCHIVO

Precio medio de frambuesa
(desde semana 36 a la semana 24)

Campaña	Precio Med.
2017/18	5,84
2018/19	5,38
2019/20	5,36

Precio medio de arándano
(desde semana 1 a la semana 24)

Campaña	Precio Med.
2017/18	4,06
2018/19	3,45
2019/20	4,48

FRAMBUESA

El volumen comercializado de la frambuesa, según la distribución media de las cuatro campañas anteriores, ya había alcanzado a mediados de junio casi el 99% del total esperado en el conjunto de la campaña, por lo que prácticamente la temporada de frambuesa también está finalizada.

El precio de la frambuesa en la semana 24 se mantiene respecto al precio de la anterior en 4,36 euros/kg, por debajo del valor obtenido en el mismo periodo del ejercicio precedente.

El precio medio de la frambuesa en la actual campaña (periodo comprendido entre la

semana 36 de 2019 y semana 24 de 2020), 5,36 euros/kg, es ligeramente inferior (un -0,37%) respecto al valor medio de la anterior (5,38 euros/kg), y un 8,22% menor a la cotización media de hace dos temporadas (5,84 euros/kg).

En esta campaña 2019/20 los volúmenes comercializados semanalmente de frambuesa fueron notablemente superiores a los del ejercicio anterior hasta principios de enero, pero posteriormente, a lo largo de 2020, se han comercializado cifras semanales similares a las de 2019, según la información aportada por las entidades colaboradoras del Observatorio.

Planas anuncia ayudas adicionales de 25 millones para el sector agrario

El nuevo paquete de ayudas va dirigido al sector de la flor ornamental y la flor cortada, al sector del ibérico y a la promoción de alimentos nacionales

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Luis Planas y representantes de las comunidades autónomas se han reunido en el Primer Consejo Consultivo de Agricultura y de Pesca de la 'nueva normalidad', donde el ministro ha anunciado nuevas medidas adicionales de apoyo al sector agrario por valor de 25 millones de euros.

El sector de la planta ornamental y la flor cortada será uno de los grandes beneficiarios, con ayudas por el importe de 10 millones, más allá de las medidas horizontales, medidas fiscales y las medidas de la Seguridad Social con las que ya cuenta. Planas



Luis Planas. / ARCHIVO

aboga por un reconocimiento expreso a este sector tan importante del mundo agrario no alimentario y tan necesario para muchas comunidades autónomas.

El sector del ibérico también recibirá ayudas por valor de 10 millones, para conseguir "antes del comienzo de la montanera", reducir el número de ejemplares con subvenciones y apoyos y evitar que la acumulación de stock provoque pérdidas en este sector.

Por último, los 5 millones restantes irán destinados a la promoción de productos españoles, tanto a nivel nacional como internacional. Por una parte, se

configura una acción conjunta con el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) con un importe de 1,9 millones para la campaña "Spain Food National" para la promoción de los alimentos españoles en el exterior, mientras que los otros tres millones se destinarán para promociones que se llevarán a cabo en diversos sectores agroalimentarios de España, muy específicamente a nuestros vinos con denominación de origen y al aceite de oliva.

El ministro destaca la importancia de este periodo para la recuperación económica y social de España donde el sector

agroalimentario "tiene mucho que decir". Explica que tanto el Gobierno como las comunidades tienen un papel clave para apoyar al sector que tan importante es para el conjunto de nuestra economía y de nuestra sociedad. Planas confía, además, en poder dar respuesta a las necesidades de los agricultores, ganaderos y pescadores. Según el ministro, "este conjunto de medidas permite tener un balance positivo en el cual podremos continuar con las comunidades autónomas la discusión de los temas y la puesta en práctica de las ayudas".

En cuanto a las negociaciones con la UE, Planas aboga por conseguir una cifra común para el esfuerzo medioambiental del conjunto de los apoyos para la próxima PAC, pues insiste en que sin un equilibrio presupuestario no se podrán articular medidas eficaces en relación con el periodo 2021-2027. Además, espera un consenso en el seno del Congreso Europeo para que la dotación de la PAC sea, al menos, igual que la del periodo anterior.

■ A 20 JUNIO

Exportados 241.472.750 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2019/2020, a 20 de junio, se han enviado a países terceros, en exportación (240.984.973) y reexportación (487.777), un total de 241.472.750 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2018/2019, a 23 de junio de 2019, lo exportado eran 343.321.915 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 19/20		Campaña 18/19	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Albania	5.400			
Andorra	632.675		752.993	
Angola	99.555		210.870	
Arabia Saudita	12.615.893		25.846.917	
Argentina	621.629		2.252.381	
Armenia	59.315			
Australia	335.656		154.679	
Bahrain	192.810		762.357	
Bangladesh	39.842		50.107	
Bielorrusia	2.510.409		5.109.935	
Bosnia-Herzegovina	446.316		701.951	
Brasil	22.890.408		26.293.403	
Burkina Faso	36.600		21.372	
Cabo Verde	339.864	73.901	474.369	51.517
Camerún	7.046		63.931	1.632
Canadá	49.715.501		64.911.106	
Chad	21.840			
China	9.271.919		42.882.328	
Colombia	513.148		575.628	
Congo (República)	14.676		42.030	
Corea del Sur	241.358		3.007.256	
Costa de Marfil	117.636	2.592	143.726	3.692
Costa Rica	1.168.344		1.347.187	
Curaçao	380.430		353.825	
Djibouti	11.160			
El Salvador	105.420		65.340	
Emiratos Árabes Unidos	9.985.016	100	17.865.643	
Estados Unidos	922.250		16.644.458	
Gabón	66.066	4.738	286.246	501
Gambia			6.272	
Ghana	44.969		68.086	
Gibraltar	319.899	10.802	255.152	10.625
Guatemala	168.840		24.840	
Guinea	1.981	1.439	16.921	
Guinea Ecuatorial	384.531	66.976	337.834	53.980
Honduras	110.232		249.626	
Hong-Kong	134.619		1.216.172	
India	1.086		456.761	
Indonesia			217.875	
Iraq			394.850	
Islandia	448.440		587.920	
Jordania	43.606	22.680	80.416	
Kazajistán	139.683		152.493	
Kosovo			19.733	
Kuwait	559.042		886.284	
Libia			84.852	
Macedonia	165.969		329.710	2.160
Malasia	1.955.179		3.044.974	
Maldivas	2.613			
Mali	77.173	19.282	157.827	12.962
Marruecos	364	120	117.805	24.523
Mauricio	23.625		24.430	
Mauritania	5.022	3.625	11.718	5.946
Moldavia	1.773.816	5.207	1.777.511	
Montenegro	40.652		40.909	
Nigeria	91.578		47.025	
Noruega	37.924.382	19.908	36.017.681	14.080
Omán	1.167.811		2.293.811	
Panamá	1.003.399		1.184.846	
Qatar	3.069.756		5.506.672	
Rep. Centroafricana	172.870	41.011	231.752	57.890
Rep. Demo. Congo	16.560		44.109	
Senegal	68.511	4.680	23.590	
Serbia	4.496.770	2	5.834.189	
Singapur	355.189		1.787.024	
Sri Lanka	41.633		20.160	
Sudáfrica	2.993.879		2.634.583	
Suiza	66.063.617	210.713	61.812.115	120.929
Togo	3.332		49.971	
Turquía			105.300	
Ucrania	3.478.741		3.574.487	3.220
Uruguay	267.423		409.938	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	39.553		12.951	781
Satsuma	1.769.097	9	1.894.505	
Clementina	43.898.539	4.788	61.104.613	3.255
Clementina con hoja	5.031.415		7.165.005	12
Clemenvilla	3.171.886		3.661.609	
Hernandina	418.931		1.874.377	
Fortuna			20.877	
Kara	660			
Ortanique	6.576.570		11.552.646	
Ellendale			4.462	
Otras mandarinas	8.430.877	5.466	7.557.566	2.751
Uso industrial			20.098	
Nadorcott	8.484.640	80	9.053.715	2.553
■ TOTAL MANDARINAS	77.822.167	10.343	103.922.422	9.351
Navelina	39.568.585	4.915	45.441.418	2.287
Navel	6.077.178	5.978	10.872.464	3.155
Navel Late	1.806.088	39.460	2.499.839	210
Lane Late	52.039.676		80.814.946	1.256
Salustiana	10.397.884		9.726.987	
Cadenera	166		2.146	
Sanguina	18.444		17.003	
Sanguinelli	493.725		417.964	
Valencia Late	6.610.577	37.190	9.001.712	30.602
Verna	6.805	39	18.911	2.233
Otras	2.464.373	80.324	7.272.590	108.472
Uso Industrial	922.455		917.009	
Navel Powel	8.744.200		26.955.764	
Barberina	237.706	3.513	1.174.833	
■ TOTAL NARANJAS	129.387.863	171.419	195.133.586	148.216
■ TOTAL LIMONES	30.795.946	286.644	41.079.899	168.649
■ TOTAL POMELOS	2.969.794	19.369	2.808.169	37.442

OPINIÓN

Solidaridad alimentaria

Por GONZALO GAYO

Más de 183.000 valencianos recibirán ayuda alimentaria gracias a la estrecha colaboración entre el Ministerio de Agricultura y agricultores en el programa de ayuda a personas más desfavorecidas: individuos, familias, hogares o grupos que se encuentren en situación de pobreza económica, así como las personas sin hogar y otras en situación de especial vulnerabilidad social. La estrecha colaboración de nuestros agricultores permitirá hacer frente al mayor contingente de ayuda alimentaria contra la pobreza de los valencianos a partir de este mes de junio. Como consecuencia de la crisis económica desatada por el coronavirus y que afecta a uno de cada cuatro empleos en la Comunitat y a gran parte de la población infantil.

La recuperación de la crisis de 2008 se hizo a costa de la precarización laboral y de las personas con menos recursos económicos, lo cual produjo el desgaste de las redes familiares y vecinales de solidaridad. Esta ayuda supone un incremento del 70% respecto al mismo tipo de ayuda alimentaria cuando estalló la anterior crisis hace 12 años.

Cuando estábamos en el camino de la recuperación, esta nueva crisis, esta vez provocada por la pandemia mundial debida al coronavirus, ha vuelto a golpear a toda la estructura económica del país, incluidas las de las personas con rentas más bajas y más precarizadas laboralmente e incluso a grandes poblaciones de afectados de clase media.

Una de las medidas fundamentales para evitar la malnutrición y la exclusión social es la distribución de alimentos, especialmente entre familias en situación de extrema vulnerabilidad. El programa de ayuda alimentaria para las personas más desfavorecidas tiene como objetivo promover la cohesión y reforzar la inclusión social y, por tanto, contribuir a alcanzar el objetivo de reducir el número de personas en riesgo de pobreza y exclusión de acuerdo con la Estrategia Europa 2020 y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

En España, es el Ministerio de Agricultura quien asume, a través del Fondo Español de Garantía Agraria, FEGA, la institución responsable de la aplicación de los planes de

ayuda alimentaria. Además de planificar y gestionar la distribución de los alimentos, asume todas las actuaciones de control, designa a las asociaciones solidarias responsables de la distribución y selección, mediante concurso público, a las empresas agroalimentarias que realizan el suministro.

Se trata de un programa para paliar las peores formas de pobreza mediante el sumi-

Está cofinanciado en un 85% por el Fondo de Ayuda Europea para las Personas más Desfavorecidas (FEAD) y en un 15% por el presupuesto nacional. Se desarrollará en tres fases, dos de ellas en 2020 y la tercera en el primer trimestre de 2021. Con ello, se pretende garantizar una mayor continuidad y regularidad en el suministro de alimentos a lo largo de todo el año. En la primera fase, que comienza en

junio, se distribuirán 23,03 millones de kilos de alimentos por un valor de algo más de 17,5 millones de euros, aproximadamente un 26% de las cantidades totales del programa. Se trata de alimentos de carácter básico, variados, nutritivos, poco perecederos y de fácil transporte y almacenamiento. Así, la 'cesta de alimentos' incluye arroz, alubias cocidas, leche entera UHT, aceite de oliva, atún y sardinas en conserva, pasta alimenticia, conserva de carne (magro), tomate frito, galletas, macedonia de verduras, fruta en conserva, batido de chocolate y tarritos infantiles



Agricultor en la huerta de Valencia. / SARAH GAYO

nistro de ayuda no financiera a las personas más desfavorecidas en forma de alimentos y/o asistencia material básica, y actividades de inclusión social.

Constituye un valor añadido para agricultores, ganaderos e industrias y cooperativas agroalimentarias, puesto que permite, en parte, regular el mercado y, a su vez, afianza el compromiso con la sociedad y, especialmente, con quienes menos recursos tienen para asegurarse la alimentación.

En junio de 2020, se inicia el 'Programa 2020 de ayuda alimentaria a las personas más desfavorecidas' a través del cual se repartirán, de forma gratuita, 88.448.397 kilos de alimentos. El programa ha supuesto la adquisición de alimentos, mediante licitación pública, por un valor de más de 87 millones de euros.

En la Comunitat Valenciana se distribuirán gratuitamente, en la primera fase, 2.460.311,40 kg de alimentos por valor de 1.873.186,02 euros. Las OAD designadas (Federación Española de Bancos de Alimentos y Cruz Roja Española), a través de sus 6 centros de almacenamiento y distribución (CAD), distribuirán los alimentos que reciben del FEGA a 488 organizaciones asociadas de reparto (OAR) que, a su vez, atienden a 138.381 personas necesitadas en situación de dependencia social y/o económica.

de fruta y pollo.

Estos productos se entregarán en todas las provincias de España a través de las organizaciones asociadas de distribución (OAD), que son la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) y la Cruz Roja a través de sus centros provinciales. A su vez, las OAD distribuirán los alimentos entre unas 5.600 organizaciones asociadas de reparto (OAR) que participan en el programa. Casi un millón y medio de beneficiarios (1,5) recibirán así, alimentos suficientes para preparar una comida completa para una persona o para una familia de varios miembros, incluidos bebés. Las personas desfavorecidas que no estén recibiendo esta ayuda alimentaria y estén interesadas, pueden contactar con alguna de las organizaciones asociadas de reparto de su provincia. Los alimentos se distribuirán, de forma gratuita, a las personas más desfavorecidas, es decir, individuos o familias que se encuentren en situación de pobreza económica, así como las personas sin hogar y otras personas en situación de especial vulnerabilidad.

La estrecha colaboración de los agricultores en esta de emergencia es una prueba más de los valores de un sector esencial y solidario con los más necesitados en tiempos de extrema necesidad.



RESULTADOS QUE ESTABLECEN
LA DIFERENCIA

SISTEMA CITROSOL VERTIDO CERO^{®*}

Siempre máxima eficacia en el control del podrido

El SISTEMA VERTIDO CERO[®] es una revolucionaria tecnología que mantiene los caldos fungicidas inalterados. Por eso logramos mantener palet tras palet y partida tras partida la eficacia inicial del caldo, y los niveles de residuos homogéneos.

El SISTEMA VERTIDO CERO[®], primer desarrollo de Economía Circular en postcosecha, es un ejemplo de como sostenibilidad medioambiental y resultados económicos son sinérgicos.

*Sistema patentado

OPINIÓN

La hipocresía del acuerdo Mercosur-UE y los zumos de naranja



Por INMACULADA SANFELIU (*)

La semana pasada una noticia de alcance impactó sobre el panorama citrícola nacional. El hecho podría pasar por anecdótico hoy, pero amenaza con golpear severamente al sector en poco tiempo. Me refiero a la información publicada por el diario Levante-EMV el 17 de junio al respecto de la descarga en el Puerto de Huelva realizada por un buque del gigante brasileño Citrosuco de 10.000 toneladas de zumo de naranja directo (Not from Concentrate, NFC) para abastecer a la planta que J. García Carrión (JGC) explota en Andévalo.

Menor relevancia se le concedió al anuncio de una nueva revisión de la política comercial de la UE con terceros países. La iniciativa, promovida por el comisario de Comercio y antiguo de Agricultura, Phil Hogan, pretende —según sus palabras— extraer conclusiones de lo vivido con la crisis de la COVID-19 y para que la Unión “proteja mejor los intereses europeos y ayude a rediseñar la globalización haciéndola más justa y sostenible”.

Pues, para empezar, Hogan podría tomar nota de los niveles de eficiencia y de garantía en el suministro demostrados por el sector hortofrutícola español en las peores circunstancias de la pandemia. Y para continuar, el comisario debería no olvidar el reciente pronunciamiento del Parlamento de Holanda —el Estado miembro que mejor aprovecha y más depende económicamente de las importaciones no comunitarias— que, paradójicamente, acaba de votar en contra del mayor acuerdo de integración comercial jamás alcanzado por el ejecutivo comunitario, el de Mercosur (Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay).

■ DIFÍCIL RATIFICACIÓN

Sin embargo, el tratado suscrito en junio del año pasado por la Comisión Europea (CE), gestado durante dos décadas de oscura negociación, solo entrará en vigor si los estados miembros de la UE lo ratifican. Francia, más aún tras la llegada de Bolsonaro al poder, cuestionó al poco de acordarse por la CE su apoyo porque exigía la adhesión de Brasil al Acuerdo Climático de París, que el líder brasileño ha ninguneado en infinidad de ocasiones y porque, tras la devastación provocada por los incendios en el Amazonas el verano pasado, reclamaba también un mayor compromiso en la protección de este pulmón verde. Tras Francia el ejecutivo comunitario daba por descontado el rechazo de los legislativos de Bélgica, Irlanda y Polonia, que seguramente tam-



Sobre estas líneas el buque que Louis Dreyfus Company acaba de fletar para transportar zumo directo brasileño a Europa. / CGC

bién se dará. Nuestro Gobierno —incomprensiblemente y a falta de debatirlo en las Cortes— hizo en su momento bandera de su respaldo. Y la sorprendente negativa del legislativo de los Países Bajos ha sido solo la continuación de la línea de oposición abierta ya por el Parlamento de Austria, que también votó en idéntico sentido. Dos de los ‘halcones’ europeos parecen andar de la mano en este asunto, que no es poca cosa. ¿Se impondrán los gobiernos europeos a lo que dicten sus parlamentarios?

En este contexto político, ajeno a estas circunstancias, atracó el pasado 26 de mayo en el Puerto de Huelva el ‘Citrus Vita Brasil’, el buque portacontenedores (de 2.500 unidades) que en 2018 Citrosuco reconvirtió en un *orange juice carrier* con capacidad para albergar 27.000 m³ de jugo de naranja. Lo hacía, como se ha avanzado, para abastecer de zumos a J. García Carrión.

■ UNA A UNA, PERO DE BRASIL

Resulta curioso que el primer gran buque de estas características que accede a un puerto español sea para servir, precisamente, a esta empresa. Y más aún que lo haga solo tres semanas después de que JGC prometiera retirar una campaña publicitaria que, según se escuchaba en las cuñas de radio, decía así: “¿Sabía usted que la naranja, una vez cogida del árbol, va perdiendo propiedades? Por eso Don Simón ha hecho una planta única en el mundo, rodeada de millones de naranjos para poder exprimir la naranja una a una, recién cogida del árbol (...)”.

El mensaje publicitario, como en su momento ya denunciábamos desde el CGC en esta misma tribuna, era impertinente, engañoso y provocador porque parecía establecer una relación de competencia entre la naranja en fresco y la procesada. Una relación que, al menos en nuestro país, no se puede dar porque —al contrario que Brasil— la transforma-



El ‘Citrus Vita Brasil’ de Citrosuco mientras se construía en astillero chino. / CGC

ción en zumos es subsidiaria de la comercialización en fresco, donde somos primera potencia exportadora. Bien pensado, más que subsidiaria, las zumeras españolas son el mejor cliente de la citricultura española pues no en vano, a través de ellas, transformamos entre el 10 y el 20% de nuestra cosecha, lo que contribuye a valorizar el 100% de la producción.

■ IR A MISA Y REPICAR

Pero lo peor llegó el 21 de junio, cuando pudimos leer en el ABC de Sevilla las peregrinas explicaciones que daba la empresa española a su operación con Citrosuco. “En el mercado británico hay una parte de consumidores que prefieren el zumo de Brasil, con un sabor menos intenso y con un color más amarillo respecto al producto nacional” señalaban al rotativo. Y el mismo portavoz continuaba: “Es algo que tradicionalmente vienen haciendo muchos envasadores, que importan zumo brasileño en camiones cisternas que lle-

gan desde el norte de Europa, se envasa aquí en España y se envía luego al mercado inglés. Pero en este caso hemos optado por una operación pionera por vía marítima, y así evitamos emisiones,” declararon al periódico.

Y es cierto que tal cosa ocurre, pero cuanto menos resulta llamativo que, en lugar de defender el zumo directo español, exprimido con naranjas españolas —de indudable mayor calidad que el brasileño, según publicita reiteradamente su marca Don Simón y el Comité, desde luego, comparte— se apueste por traérselo a los ingleses con marca española pero de la otra parte del Atlántico. Y no será por las emisiones de CO₂...

■ ANTECEDENTE

Lo realmente grave de todo esto es el precedente que sienta. Porque la CE concedió a Mercosur, a Brasil, la mayor liberalización arancelaria precisamente en el tipo de jugo en el que el sector español mejor se defiende, el zumo directo (NFC), que es el de mayor

valor añadido por su superior calidad organoléptica y sensorial. Efectivamente, los actuales aranceles para el NFC desaparecerán en solo siete años. Paradójicamente, la UE mantendrá durante más tiempo los vigentes para los jugos concentrados, los que ya copan el mercado mundial y europeo y llegan en esos buques inmensos a Ghent (Bélgica) o Rotterdam (Holanda). Con las actuales tarifas hoy ya le resulta casi imposible competir a la industria española: el producto de Brasil es mucho más barato y en términos logísticos acceder a los puertos del norte de Europa les cuesta lo mismo que a las plantas españolas transportar sus zumos a Centroeuropa.

Porque la estrategia de Citrosuco (cinco fábricas de zumo y 1.300 millones de facturación) y sus seis inmensos buques en propiedad, que como el ‘Citrus Vita’ está especializado en transportar a Europa zumo NFC, no es precisamente única y antes de que entre en vigor el tratado se sabe que va a ir a más. Buscan copar también el mercado español en la UE de NFC y así se entiende —para conocer mejor y estudiar la oferta española— que en 2017 Citrosuco alquilase la fábrica de Zumos Palma (Córdoba) y que durante todo este tiempo la hayan tenido infrautilizada, sin casi producción. Hubo quien aplaudió la entrada de “mayor competencia” en la compra de naranjas andaluzas, pero no fue tanto el caso.

La estrategia de Citrosuco de inundar Europa de zumo barato y de peor calidad pero con el que difícilmente podemos competir, la comparte con los otros dos macroconsorcios industriales del zumo brasileño. Me refiero a Cetrone, el segundo mayor operador de jugos del mundo, que cuenta con ocho buques propios para exportar a todo el mundo y uno de ellos específicamente adaptado para traer a Europa su zumo directo; o con Louis Dreyfus Company (LDC), que es la cuarta mayor multinacional agraria del planeta, con una facturación (en zumo pero también café, algodón, azúcar, aceite de palma o soja) de 33.600 millones de dólares y que cada año transporta alrededor de 80 millones de toneladas en commodities agrarios. LDC, consciente del potencial del acuerdo de Mercosur, acaba de terminar de transformar en China otro gran buque —con capacidad para transportar 19.500 m³ de zumo— para sus exportaciones a Europa.

Y no mencionaré nada —porque sé que el Parlamento holandés ya lo tuvo muy en cuenta— sobre la leyenda negra de la que habla el informe de 2015 de varias ONG’s, financiado por la propia UE, ‘Exprimidos. Lo que hay detrás del zumo de naranja’. Tampoco haré más las denuncias de diarios como The New York Times sobre el ‘paraíso para los pesticidas’ en el que ha convertido Bolsonaro a su país. Ni recordaré la multa de 89 millones de dólares impuesta en 2016 por las autoridades brasileñas de la competencia a las principales zumeras del país por pactar el precio pagado a los productores. Señor Hogan ¿cree usted que la oferta de Brasil es justa o sostenible?

(*) Directora general del Comité de Gestión de Cítricos

JAVIER BIEL / Gerente de Sanifruit

“Para Sanifruit estar asociado a Ailimpo supone un espaldarazo en nuestro desarrollo en el mercado nacional de los cítricos”

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La semana pasada Sanifruit se incorporaba a Ailimpo como miembro de la Comisión Consultiva de la interprofesional. De esta manera, se formalizaba una relación que nace con el objetivo de generar sinergias y conocimiento mutuo en beneficio del sector de limón y pomelo español en el ámbito de los tratamientos postcosecha, que son fundamentales para garantizar al consumidor un producto de la máxima calidad y seguridad alimentaria. La Comisión Consultiva de Ailimpo fue creada en 2016 y es un órgano consultivo del que pueden formar parte empresas auxiliares, centros de investigación y otras entidades vinculadas a nuestro sector. Ailimpo ha sido la primera interprofesional española en desarrollar este órgano de carácter consultivo con el objetivo de dar respuesta a los nuevos desafíos del sector que exigen generar conocimiento y mejora continua. Javier Biel, gerente de Sanifruit, explica qué supone esta incorporación para la marca que dirige.

Valencia Fruits. Sanifruit ha pasado a formar parte de la Comisión Consultiva de Ailimpo, ¿cuál es el cometido de esta Comisión?

Javier Biel. El cometido de esta Comisión es aportar valor en temas específicos en los que Ailimpo esté interesado en desarrollar, generalmente en lo que concierne al limón y el pomelo.

VF. ¿Cuál va a ser el papel de Sanifruit en Ailimpo?

JB. Como expertos reconocidos, y líderes en el mercado nacional e internacional de la postcosecha sin residuos, nuestro papel será el de tratar de generar sinergias y conocimiento mutuo en beneficio del sector de limón y pomelo español en todo lo que respecta a postcosecha sostenible y residuo 0.

VF. ¿Qué tipo de productos incluye Sanifruit en su catálogo para limón y pomelo?

JB. Sanifruit dispone de una gama completa de tratamientos para el sector de la postcosecha en cítricos; productos para drencher, precalibrado, lavado y encerado, y recubrimientos comestibles para alargar la vida comercial de los cítricos, al tiempo que se respetan las condiciones organolépticas. Ello sin olvidarnos de la gama para productos ECO/BIO, con tratamientos para drencher, línea y confeccionado final, así como productos para el lavado y limpieza. Todos los productos de la gama de Sanifruit son fabricados con productos naturales y sin residuos de pesticidas, en la línea que seguimos desde hace ya más de 30 años.

VF. ¿Qué supone para Sanifruit colaborar con Ailimpo?

JB. Para Sanifruit estar asociado a Ailimpo, formar parte de la Comisión Consultiva,

supone un espaldarazo en nuestro desarrollo en el mercado nacional de los cítricos. Al pertenecer a los asociados de Ailimpo participamos del



Javier Biel, gerente de Sanifruit. / RAQUEL FUERTES

buen hacer y de la seguridad de la asociación, como no podría ser de otra manera. Queremos transmitir a todos los asociados en Ailimpo nuestro firme compromiso de aportar nuestro conocimiento, y unos tratamientos seguros, fiables, efectivos y acordes con las normativas vigentes, de forma que con su uso puedan sentirse seguros y respaldados a la hora de hacer llegar sus frutas a un mercado cada día más exigente, con una fruta sana y con el menor número posible de materias sin residuos de pesticidas”.



sanifruit.com

ESPECIALISTAS EN TRATAMIENTOS
POSTCOSECHA **SIN PESTICIDAS,**
APTOS PARA “RESIDUO 0”



UN ABANICO DE SOLUCIONES
ECOLÓGICAMENTE RESPONSABLES



OLIVER HUESMANN / Director de la consultora internacional FruitConsulting

“Los mercados de Europa, América y Sudamérica van a necesitar más tiempo para recuperarse”

El consultor alemán Oliver Huesmann, especializado en el mercado asiático, y director de la firma consultora FruitConsulting, explica en esta entrevista las posibilidades que ofrece el mercado asiático a las frutas de España y Latinoamérica en la etapa post-COVID 19.

► FRANCISCO SEVA. (*)

Valencia Fruits. ¿Cómo está afectando la crisis sanitaria de COVID-19 a las exportaciones hortofrutícolas a Asia?

Oliver Huesmann. Nos afecta extremadamente, porque se ha paralizado la economía mundial. El coronavirus apareció en diciembre en Wuhan y paralizó en enero casi toda la función en China. Este cierre provocó que todos los envíos que estaban ya en alta mar hacia China no pudieran ser atendidos en los puertos como antes y colapsaron todo el sistema. El resto de los países en el mundo tomaron sucesivamente medidas para cerrar fronteras puertos y aeropuertos.

Otro aspecto importante es el tiempo de restricciones o paralización de actividades. Podemos comparar por ejemplo el tiempo de bajada de actividades entre China y España. China empezó su cuarentena en enero y terminó con 11 semanas el 8 de abril, mientras España se encuentra desde el 15 de marzo en confinamiento y el Gobierno español ha mantenido el estado de alarma hasta casi finales de junio.

En otros países asiáticos contamos todavía con meses hasta que se abran para un funcionamiento normal.

Entre estos países estamos hablando de una fase de confinamiento y restricciones graves, de casi medio año hasta 8 meses, donde serán casi imposibles algunas actuaciones comerciales o envíos en los volúmenes como antes de la COVID-19. Eso lo notamos en los vuelos comerciales para poder visitar a nuestros clientes en Hong Kong, Shanghai o Tokio etc. y en las cargas aéreas en este tipo de vuelos.

Podemos decir que esto es una crisis que ha puesto en valor la gran importancia de la globalización en nuestro sector y la logística internacional.

VF. ¿Se puede decir que esta crisis ha paralizado las exportaciones hortofrutícolas a Asia?

OH. Tenemos dos razones sobre el porqué se paralizaron las exportaciones. En primer lugar, nos hemos visto con el colapso de contenedores reefer en los puertos asiáticos. Lo que provocó una ocupación por encima del tiempo previsto de estos medios de transporte, y por otra parte la falta de retornos a los sitios donde se necesitaban. En China no descargaron los contenedores porque aparte de la falta de actividad en los puertos, necesitaban los contenedores como cámara de frío. Efecto secundario de estas acumulaciones era que las navieras bajaron obligatoriamente la frecuencia de sus conexiones, porque además en China cerraron las fábricas y las producciones. Con estos factores, el flujo de envíos de frutas desde cualquier parte del mundo se vio afectado.



Oliver Huesmann confirma que el consumidor asiático va a buscar en sus compras futuras productos sanos de un origen seguro. / FRANCISCO SEVA

Pero el segundo motivo fue más grave. Y perdonen mi expresión, pero ha sido un comportamiento “ignorante” por parte de algunos exportadores sobre todo de cítricos. Con vista a corto plazo reaccionaron a los precios que se pagaban en Europa por falta de productos de otros países y los de competencia. Con esto dejaron de suministrar al mercado asiático, seguramente pensando que el supermercado alemán le va a seguir pagando en los próximos años estos precios altos y no les va reclamar en el futuro por la falta de calidad y norma que se ha suministrado sin descuentos en las últimas semanas.

Por otra parte dejaron a los asiáticos sin suministro y ni siquiera se esforzaron en buscar la culpa en la falta de contenedores. Simplemente les han dicho: “Yo vendo en Europa, aquí se paga más”.

Toda las inversiones que hemos hecho para abrir estos mercados, todos los viajes de reuniones con importadores compradores etc., las presentaciones en ferias, congresos y eventos que se han producido en los últimos años para entender y abrir estos mercados. Todo esto se ha pisado con esta forma de actuar sin respetar los esfuerzos de otros productores y personas del sector que en estos momentos difíciles seguían buscando por lo menos el suministro mínimo para su cliente asiático en una campaña citrícola hasta este momento complicada.

Pero estoy orgulloso que algunos han hecho todo posible para suministrar productos a sus clientes en Asia.

VF. ¿Para cuándo se recuperará la normalidad?

OH. ¡En este mismo momento! La normalidad se llama nueva normalidad y es una normalidad tipo post-COVID-19. Lo que ahora es importante para hacer frente al nuevo escenario es la rápida

captación de la situación real. Tenemos un escenario muy especial, todos pero todos los países están afectados fuertemente. Podemos decir que tenemos una situación “reset”. Algunos no van a sobrevivir, otros sobrevivirán, pero también vamos a tener muchos reseteados o nuevos en el sector.

Si nos comparamos con otros países en el mundo, vemos que somos de alguna manera afortunados, porque tenemos un pilar muy fuerte que es la agricultura, la hacemos bien y gracias a pertenecer “todavía” a la Comunidad Europea, tenemos incluso la fama de una seguridad alimentaria alta, de unas normas de producción avanzadas y de ser expertos en el agromundo español.

Para Asia tenemos que buscar una forma de poder seguir con el trabajo de los últimos años para mantenernos e introducir más en este mercado.

En Eurofresh produce, hemos empezado ya a preparar y organizar los primeros eventos en Asia, donde participaremos con el proyecto “Fruits from Spain” en la feria Asia Fruit Logística en Singapur, así como en Fruit Attraction en Madrid.

En China y algunos países se están tomando la cosa cada día con más normalidad, mientras en otros países van, de acuerdo a su situación actual, con más precaución. A lo que tenemos que adaptarnos en el futuro es a algunas nuevas normas a la hora de viajar y reunirnos.

VF. ¿Cómo se presentaría Asia en el nuevo escenario comercial post-COVID-19? ¿Se prevé que pueda bajar el consumo en Asia?

OH. Las perspectivas son muy positivas. Vamos a encontrarnos con más necesidad aún, ya que el asiático, y sobre todo su generación joven, está muy preocupada por su salud y su forma de alimentarse. La pandemia del coronavirus ha forzado esta sen-

“Si nos portamos igual que en las últimas semanas, no volveremos a entrar en Asia”

“Si conseguimos recuperar la confianza en nuestros productos, España saldrá reforzada”

sibilidad aún más. Podemos afirmar casi ciegamente que el consumidor chino, malayo, japonés etc. va a buscar en sus futuras compras más productos sanos de un origen seguro y de ayuda para su sistema de defensa. Las frutas y verduras son estos productos que demandan. Los consumidores quieren, después o durante un coronavirus, una alimentación que les garantiza el aumento de protección.

El consumo medio antes de esta crisis sanitaria era de 420 gramos de frutas y hortalizas por día, y seguramente aumentará en el futuro. Los países asiáticos no serán capaces de cubrir esta necesidad, por lo cual tienen que seguir importando desde Europa, Sudamérica, Australia y África.

Un importante cambio que provocó el virus y su confinamiento es el aumento de compras online. Esto es una forma de venta que tenemos que tener en cuenta. La importancia de las promociones B2C y acciones en ‘Point of Sale’ son un nuevo requerimiento fundamental. No es solo importante que nos conozca el importador, ahora es mucho más importante que nos conozcan los consumidores.

VF. ¿Cómo afecta a Asia la crisis económica que ha generado la COVID-19?

OH. Las economías de los países se diferencian mucho. Mientras por ejemplo en Alemania se entró en esta crisis con unas cajas de ahorro llenas, España tenía un aumento de insolvencias empresariales tras una larga época sin gobierno. En Alemania producen coches y máquinas, pero los coches se pueden usar unos años más hasta comprar uno nuevo, y eso afectará el tiempo de salida de esta recesión para los alemanes. En España tenemos una fuerte industria de agricultura y del turismo. Y aunque el turismo va a necesitar más tiempo para recuperar, tenemos los agroalimentos y la gente en el mundo sigue comiendo.

Si miramos a los mercados asiáticos, encontramos las mismas diferencias entre cada país y su economía. En el caso de China podemos decir que estando en guerra comercial con EEUU, han

recibido en Wuhan un golpe fuerte, pero parece que ahora van a salir más fuertes tras su paralización total.

Seguramente van a sufrir los asiáticos algunas pérdidas y freno en crecimiento, pero excepto algunas burbujas económicas que pueden disolverse, podemos decir que los países de Asia están bien posicionados y con crecimientos sostenibles. 5.500 millones de población garantizan un crecimiento y una clase media con dinero.

Esta nueva situación y lo que va ocurrir dentro de España y Europa nos obliga salir a mercados de una economía fuerte, donde encontrar el cliente que nos permita hacer ventas beneficiosas y traer suficientes ingresos a nuestras casas.

VF. ¿Se prevé que una vez se supere la COVID-19 se impulsen las exportaciones de cítricos españoles a Asia?

OH. Si nos portamos igual que en las últimas semanas, no volveremos entrar en estos mercados. Pero si conseguimos recuperar la confianza que han tenido con nosotros y en nuestros productos de España, podemos salir incluso más fuertes. América ha atacado en las últimas semanas a todo el mundo y con esto han perdido muchas relaciones comerciales dentro y fuera de Asia. Este hueco está ahí, o lo cogemos o se lo cogen otros como Egipto, Turquía, Grecia o Marruecos.

VF. ¿Trabajarán más los exportadores españoles y latinoamericanos con Asia tras la COVID-19?

OH. De momento, claramente los sudamericanos. Chile acaba de dar un paso grande para el suministro de cítricos a China, Argentina ha vuelto ser proveedor de cítricos en este país gigante y Perú está en buen camino con sus mandarinas. España tiene un potencial enorme, pero hasta hoy no lo hemos desarrollado.

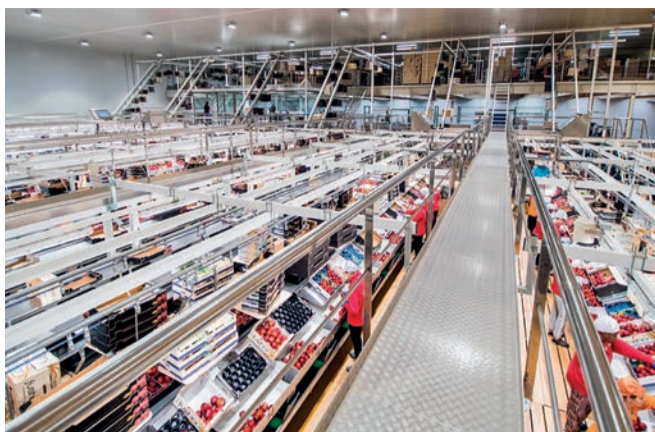
VF. ¿Qué perspectivas de futuro se presentan para las exportaciones hortofrutícolas al mercado asiático?

OH. El futuro es una bola de cristal y nadie sabe lo que pasará, pero sí se pueden ver tendencias. Mientras los mercados de Europa, América y Sudamérica van a necesitar más tiempo para recuperarse, tenemos por otra parte a África que todavía no se ha despertado al gran consumo, y como contrapartida Asia muestra con una energía incomparable su levantamiento. Aunque países como Japón o Corea han caído en una fuerte recesión, tenemos por el otro lado Taiwán, China y Singapur que muestran su fuerza. La gran incertidumbre para una recuperación de actividades es la fecha de cuando tengamos una vacuna contra esta enfermedad COVID19.

Para el sector de las frutas trae esta inseguridad humana algo positivo, porque esto significa que mientras no hay una vacuna, los consumidores quieren alimentarse sanos para aumentar su defensa y estabilizar el sistema inmunitario.

El mundo después de este virus no va ser igual. El mundo está ‘resetead’, por eso tenemos una gran oportunidad. Todos empiezan de nuevo y no solo España, es hora de levantarse para un nuevo futuro y no deberíamos cometer los mismos fallos buscando los mismos caminos.

(*) Periodista Agroalimentario Internacional



Almacén de la firma hortofrutícola Frutas La Espesa. / FLE

Una empresa de Huesca, suspendida temporalmente por un brote de COVID-19

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La dirección general de Salud Pública del Gobierno de Aragón decretó el pasado sábado la suspensión temporal de la actividad en una empresa hortofrutícola de la localidad oscense de Zaidín, en la comarca del Bajo Cinca, al detectarse un brote de coronavirus con ocho casos positivos entre sus trabajadores.

Se trata de Frutas La Espesa SL, una empresa con más de 35 años de experiencia en el sector y que emplea a entre 200 y 300 trabajadores, según las necesidades de cada campaña, tanto en sus fincas como en el almacén de fruta.

Sanidad procedió a elaborar el estudio de contactos de los casos positivos, que residen en las comarcas del Bajo Cinca, La Litera y Cinca Medio, y se han tomado las pertinentes medidas de aislamiento. De los ocho diagnosticados, hay uno que está internado en el pabellón para temporeros positivos habilitado en Fraga. Otros de los casos confirmados residen en Binéfar, Tamarite y Monzón.

La decisión de la clausura temporal se tomó al detectar un incremento de los casos y el domingo se procedió a efectuar la prueba PCR a entre 150 y 200 trabajadores, aunque no se descartaba realizar más, en función del estudio de contactos.

Fuentes de la empresa señalaron que desde el inicio de la campaña se han tomado todas las medidas de seguridad previstas por las autoridades sanitarias. En concreto, todos los días antes del acceso de los trabajadores a las fincas se les toma la temperatura, se comprueba la correcta utilización de las mascarillas y se cuenta con una alfombra desinfectante para los pies.

Zaidín tiene estos días más de 1.500 temporeros para la recogida de la fruta y se han creado espacios por si fuera necesario aislar a los positivos. En concreto, el Ayuntamiento puede montar de manera inmediata 12 camas en el pabellón municipal, aunque se podrían incorporar más ya que tiene 800 metros cuadrados y también en los vestuarios.

El responsable de Frutas del sindicato UAGA en Fraga, Óscar Mored, señaló que en la zona "se están cumpliendo las medidas de seguridad" decretadas por las autorida-

des sanitarias. Recordó que "el sector de la fruta es el que más tiempo lleva conviviendo con el virus" y desde el inicio se ha estado alerta ante estos posibles rebotes.

Mored pidió "que no se estigmatice a los temporeros, porque hay personas contagiadas en todas las empresas y nos preocupa que se identifique el virus con el temporero inmigrante."

Aragón se encuentra en plena campaña de recogida de la fruta para la que necesita hasta 15.000 temporeros, que en el momento cumbre pueden llegar hasta los 25.000.

El Gobierno aragonés decretó de obligado cumplimiento las recomendaciones respecto a la seguridad sanitaria, desplazamientos, distancias, mascarillas y otras medidas para prevenir los contagios por coronavirus. Una vez levantado el estado de alarma, la movilidad es mayor y puede influir en la propagación del virus en un sector con una mano de obra muy frágil.

La exportación agroalimentaria de la Comunitat Valenciana crece un 13,7% en el primer cuatrimestre

Entre los meses de enero y abril se realizaron envíos al exterior por un importe de 2.600,8 millones de euros

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las exportaciones agroalimentarias de la Comunitat Valenciana han aumentado un 13,7% durante el primer cuatrimestre de 2020 con respecto al mismo periodo de 2019, alcanzando un importe total de 2.600,8 millones de euros, según el Informe de Comercio Exterior Agroalimentario de la Comunitat Valenciana de abril de 2020.

De este modo, la Comunitat Valenciana se mantiene en el tercer puesto en la lista de las comunidades autónomas más exportadoras, tras Andalucía y Cataluña, representando el 14,2% del total del producto agroalimentario comercializado en el exterior por España.

Además, estos envíos representan el 27,4% del total de las exportaciones de la Comunitat Valenciana que en el citado periodo alcanzaron los 9.500,1 millones de euros. En este sentido, cabe señalar que el sector agroalimentario ha aportado el mayor saldo positivo a la balanza comercial exterior de la Comunitat Valenciana (1.206,3 millones de euros).

En los cuatro primeros meses de este año se enviaron al exterior frutas por valor de 1.410 millones de euros, lo que representó el 54,2% del valor de las exportaciones agroalimentarias de la Comunitat Valenciana y supuso un incremento del 23,1% con respecto a la cifra de abril de 2019.

En abril, la Comunitat Valenciana ha sido la primera comunidad en cuanto a valor acumulado de fruta exportada (41,8% del total nacional) seguida de Andalucía (36%).



Durante los cuatro primeros meses de este año desde la Comunitat Valenciana se exportaron frutas por valor de 1.410 millones de euros. / ARCHIVO

Alemania, Francia e Italia son los principales destinos de los productos agroalimentarios valencianos

En cuanto a las hortalizas, los envíos acumulados del año en abril de 2020 ascendieron a 379,2 millones de euros, lo que representó un 14,6% del total de las exportaciones agroalimentarias y fue un 5% superior a la cifra de abril del año anterior.

En el primer cuatrimestre de 2020, las exportaciones de vino de la Comunitat Valenciana alcanzaron un valor de 64,2 millones de euros, manteniéndose estables con respecto al año anterior.

Los principales países de destino de las exportaciones agroalimentarias de la Comunitat Valenciana han sido, por el orden siguiente: Alemania, Francia, Italia, Reino Unido y los Países Bajos. Asimismo, se ha producido un incremento con respecto a marzo del 2019 de las exportaciones agroalimentarias de la Comunitat Valenciana a Italia (+37,6%), a Austria (+25,7%), a Bélgica (+22,4%), a Portugal (+20,3%) y a Alemania (+19,7%).

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

Agrocultivos

Las tormentas de pedrisco provocan daños en Cataluña y Aragón

La estimación de superficie afectada en ambas zonas se eleva a 11.000 hectáreas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Apenas quince días después de que intensas tormentas de pedrisco causaran daños en las producciones de fruta de las comunidades autónomas de Cataluña y Aragón, estos episodios tormentosos volvieron a repetirse la pasada tarde del 16 de junio. Un frente de gran intensidad descargó granizo seco en algunos puntos y con abundante cantidad de agua en otros, lo que, sin embargo, no disminuyó la virulencia de este fenómeno atmosférico. La estimación de superficie afectada en ambas zonas se eleva a 11.000 hectáreas, y Agroseguro cifra en 24 millones de euros las indemnizaciones por los daños provocados por este episodio de las tormentas.

En Cataluña, la zona más afectada fue la del Baix Segre, y entre los términos con mayores siniestros se encuentran Torres de Segre, Alcarràs, Aitona, Soses, Sudanel, Sarroca y Gimènells i Pla de la Font. Según las primeras estimaciones, los daños pueden ser elevados en fruta de hueso, ya que muchas zonas se encuentran en plena recolección, estimándose la superficie afectada de estos cultivos en 5.000 hectáreas.

En Aragón, las fuertes precipitaciones acompañadas de pedrisco han afectado, de nuevo, a términos de la comarca de Bajo Cinca, como Fraga, Bellver, Albalate o Zaidín, si bien también se han sentido las consecuencias de este fenómeno en otros municipios como Peralta de Alcofea, Esplús, Tamarite, Vencillón, Binéfar o Binaced. La fruta es la producción más dañada. También, aunque en menor medida, esta actividad tormentosa puede haber provocado siniestros en el



Los daños son importantes en la fruta de hueso de Cataluña y Aragón. / MERCOLLEIDA

cereal y otras producciones en diferentes puntos de la Comunidad. En un momento como el actual, en el que las tormentas acompañadas de pedrisco están siendo reiteradas, conviene recordar que los daños ocasionados por estos fenómenos atmosféricos están cubiertos a través de sistema de seguros agrarios combinados.

Actualmente, los peritos ya están realizando las primeras visitas a las parcelas afectadas, por lo que, de cara a la planificación de las tasaciones, es importante que los agricultores remitan los partes de siniestro tan pronto como constaten los daños en sus parcelas.

■ DAÑOS EXTREMOS EN LLEIDA

La consellera de Agricultura de la Generalitat de Cataluña, Teresa Jordà, visitó las zonas de la comarca del Segrià (Lleida) más afectadas por la tormenta de granizo del 16 de junio y definió las afectaciones en el campo de "extremas". Según Jordà, la

Agroseguro estima en 24 millones de euros las indemnizaciones por las tormentas de pedrisco

tormenta tocó de pleno "al triángulo de oro" de la fruta de hueso y los daños a causa del temporal se sitúan alrededor del 40% y el 80% de la cosecha y, en algunos casos, hasta del 100%. Las localidades más afectadas son Soses, Alcarràs, Aitona, Torres de Segre, Sarroca de Lleida y Alcanó y las frutas de hueso perjudicadas corresponden a melocotones, nectarinas y paraguayos.

La consellera de Agricultura ha lamentado la "terrible granizada", después de haber estado diversos meses trabajando con todos los agentes implicados en el territorio para llevar a cabo una campaña de verano "controlada". No obstante, los agricultores esperan ahora la llegada de

los peritajes de Agroseguro, que Jordà confía en que se hagan "de la forma más correcta posible".

En cuanto a la valoración económica de los daños por la tormenta, la titular de Agricultura aseguró que todavía no hay una cifra en concreto y que, por ello, se seguirá "hablando y evaluando" sobre el terreno todas las consecuencias, que además repercutirán en las cooperativas y los trabajadores.

Por su parte, el área técnica de Afrucat ha informado de que la campaña de la fruta de verano de este año perderá aproximadamente un 28% de su producción respecto a la pasada campaña a causa de las inclemencias durante el invierno y las granizadas de los últimos días.

En este sentido, lamentan que sería la primera vez en más de diez años que la cosecha de melocotones y nectarinas catalanas no llegaría a las 400.000 toneladas y se podría situar alrededor de las 350.000, pese a que las previsiones del pasado mes de mayo se situaron en 413.050 toneladas.

No obstante, las empresas fruterías aseguran que el abastecimiento de las cadenas de distribución está asegurado, ya que "tienen comprometido el producto para todo el verano".

El director de Afrucat, Manel Simón, ha explicado que "los que más sufrirán este verano son aquellos operadores que buscan fruta fuera de las programaciones y que se encontrarán con un mercado en el que habrá escasez".

Finalmente, Afrucat afirma que la bajada de la producción está sirviendo de "cojín" para no hacer caer los precios, como sí que ha sucedido en otras campa-

ñas como la de la sandía, que "ha visto cómo se hundían sus cotizaciones en la última semana".

■ COMUNITAT VALENCIANA

A mediados de mayo y en la segunda semana de junio, los cultivos de la Comunitat Valenciana sufrieron las consecuencias de varias tormentas de pedrisco que afectaron sobre todo a los cultivos de uva de mesa, cítricos, caqui y granado. Agroseguro estima que las indemnizaciones superarán los 8 millones de euros.

Los días 10 y 16 de mayo y el domingo 7 de junio, las tormentas descargaron sobre los términos municipales de Picassent, Alcacer y Tavernes de la Vallidigna (Valencia), Artana, Nules y Villavieja (Castellón), y Almoradí, Orihuela y San Miguel de Salinas (Alicante), donde afectaron fundamentalmente a producciones de cítricos, con daños de entre un 20% y un 40%. Una primera estimación indicaría daños en alrededor de 2.700 hectáreas que pueden suponer 3 millones de euros en indemnizaciones. A continuación, los días 8 y 9 de junio de nuevo volvieron a producirse tormentas en Alicante, donde los términos de Novelda, Aspe, Monforte del Cid, Elche y Orihuela fueron los que más sufrieron el impacto del granizo.

Se vio afectada sobre todo la uva de mesa, principal producción de la zona. Los daños son muy variables y oscilan entre el 20% y el 85%, y la previsión apunta a que unas 800 hectáreas afectadas, con un coste de alrededor de 4 millones de euros.

Otros cultivos, como el caqui y el granado, también se han visto afectados y las pérdidas pueden estimarse en un millón de euros.

El granizo daña 1.500 hectáreas de fruta en la zona oriental de Huesca

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Unas 1.500 hectáreas resultaron afectadas por la tormenta de granizo caída el pasado martes en la zona más oriental de la provincia de Huesca. Los frutales de las comarcas del Bajo Cinca y el Cinca Medio registraron daños que van del 30 al 100% en variedades como melocotón, la nectarina o el paraguay. También resultaron afectados el cereal y la uva de mesa.

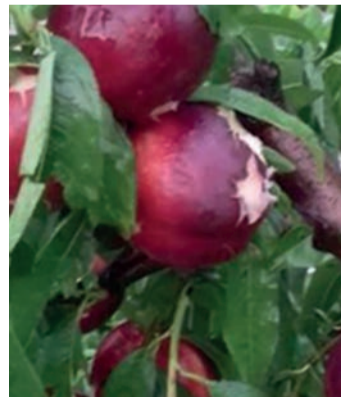
En el Bajo Cinca, el granizo alcanzó a varias zonas de Fraga, Zaidín y Belver, donde pri-

mero cayó con agua y después, la tormenta fue seca, golpeando con dureza la fruta. En el Cinca Medio, la localidad más perjudicada fue Albalate. La tormenta, que dejó precipitaciones de entre 15 y 20 litros por metro cuadrado, afectó también a la zona limítrofe con Cataluña, donde causó graves daños en poblaciones como Aitona, Soses o Alcarràs.

La localidad de Fraga contabilizó unas 400 hectáreas afectadas entre el 70 al 100% de los árboles de melocotón y nectarina. La pérdida de producción supondrá el

descenso de necesidad de mano de obra, que obligará a prescindir de parte de los temporeros contratados, así como la caída de actividad en los almacenes de fruta, según informó el responsable del sector de la fruta de UAGA en el Bajo Cinca, Óscar Moret. Las afecciones fueron muy importantes en grandes fincas de Belver de Cinca, donde, además de frutales, hay grandes extensiones dedicadas a cereal y uva de mesa.

Semanas antes, el pedrisco causaba daños de entre el 40 y el



Efectos del último episodio de granizo en los frutales de Huesca. / JAVIER ORTEGA

80% en unas 500 hectáreas de frutales ubicadas en los municipios oscenses de Osso y Belver de Cinca. Igualmente se vieron dañadas unas 500 hectáreas de frutales en la comarca de Calatayud.

■ AFECTADOS POR GLORIA

El Gobierno de Aragón dio a

conocer la semana pasada la convocatoria de subvenciones por valor de veinte millones de euros para la concesión de préstamos bonificados destinados a los titulares de explotaciones agrícolas y ganaderas afectados el pasado mes de enero por las adversidades climatológicas ocasionadas por la borrasca Gloria en la provincia de Teruel y por las tormentas en la Comarca de Calatayud el año pasado.

Las dos líneas de actuación, de 10 millones cada una, tienen como objetivo subvencionar créditos blandos a interés cero, al hacerse cargo el Gobierno de Aragón de los intereses.

Los préstamos podrán tener una duración de entre tres y cinco años incluido uno de carencia, una cuantía subvencionable de entre 6.000 y 40.000 euros, y un tipo de interés máximo de euribor más 1,5 puntos.



El campo no ha parado durante el estado de alarma y ahora intensifica su actividad en plena campaña frutera. / ARCHIVO

El campo se vuelca en las campañas de fruta con el temor al pedrisco

Sandías, melones, picotas y fruta de hueso han cogido ya el testigo de cítricos, fresas, manzanas y peras

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. Sandías, melones, picotas, fruta de hueso y ajos han cogido ya el testigo de naranjas, fresas, manzanas y peras, en una primavera en la que el tiempo ha retrasado campañas —ahora expuestas a episodios de granizo— y en la que la crisis de la COVID-19 ha propiciado más consumo de fruta y mejores precios.

El campo no ha parado durante el estado de alarma y ahora intensifica su actividad, tras despejarse la incógnita inicial de si iba a haber suficiente mano de obra por las restricciones de movilidad y con más experiencia sobre las medidas higiénicas en el trabajo, que han elevado los costes de producción.

Como es tradicional en España, la recogida de fruta comenzó en el sur, con las variedades más tempranas, las fresas de Huelva y las sandías y melones de invernadero de Almería.

El responsable nacional de frutas y hortalizas de COAG, Andrés Góngora, no recuerda un mes de mayo con los precios de la sandía tan buenos, una circunstancia que también se ha producido con los cítricos, al ser una fruta poco perecedera que el consumidor ha demandado por su vitamina C en tiempos de coronavirus.

La oferta se ha desplazado ya a la zona interior y al levante. En la Región de Murcia, el pedrisco ocasionó la semana pasada daños que reducirán la producción de sandía y melón prevista para junio entre un 8% y un 10%, aunque la asociación Proexport asegura que está garantizado el suministro de ambas frutas este mes.

En verano, Castilla-La Mancha tomará el relevo a

No se recuerda un mes de mayo con los precios de sandías y cítricos tan buenos

El sector de fruta de hueso prevé que esta campaña será la más corta del último lustro

Murcia, con una producción menor, pero esta vez por recomendación de la Interprofesional de Melón y Sandía de la región de reducir la superficie plantada para evitar solapamientos de campañas, que van retrasadas. En la región castellano-leonesa también está en marcha la campaña de ajo, que se inició sin problemas de mano de obra a primeros de mayo en la Campiña de Córdoba, en un momento en el que no había existencias del año pasado y con la competencia del producto chino paralizada por crisis de la COVID-19.

En Castilla-La Mancha, Extremadura y Madrid, según la Mesa Nacional del Ajo, las intensas lluvias han retrasado el comienzo de la recogida, y desde la Asociación Nacional de Productores y Comercializadores de Ajo (Anpca) estiman que el volumen de producción será similar al del año pasado.

Los amantes de las picotas disfrutan estos días de un producto de “excelente calidad”, según el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte (Cáceres), que vio cómo la lluvia y el mal tiempo reducía su producción de variedades

de cereza al principio de la temporada.

Cooperativas Agro-alimentarias de Aragón calculaba a finales de abril que su producción alcanzaría los 43 millones de kilos, por encima de los 30 millones de kilos de Extremadura, en una campaña que se inició con las variedades más tempranas en mayo, y que en junio y julio es cuando se intensifica.

La fruta de hueso es el sector más diversificado geográficamente, con Murcia como principal productora de albaricoque; Extremadura, de ciruela; Aragón y Cataluña, de melocotón, nectarina, pavia y paraguay y las producciones menores de Andalucía, Comunidad Valenciana, Navarra, La Rioja y Castilla y León.

Las estimaciones del sector de fruta de hueso prevén que esta campaña será la más corta del último lustro en España, y entre un 12% y un 15% inferior que la de 2019, con cerca de 1,41 millones de toneladas; en Europa, será la menor de los últimos 20 años por las heladas.

Los siniestros contabilizados por Agrosseguro entre el 1 de enero y el 5 de junio causaron daños en 32.080 hectáreas de frutales (35.554 ha en el mismo periodo de 2019); 23.177 ha de cítricos (26.084 ha); 28.758 ha de hortalizas (11.082 ha); 8.790 ha de frutos secos (8.790 ha) y 6.719 ha de cerezas (3.675 ha).

A estas superficies hay que añadir los eventos que se hayan producido a partir de esa fecha, entre las que destaca la caída de granizo el pasado 16 de junio en la comarca del Segriá (Lleida), una de las principales zonas productoras de fruta de hueso, donde las pérdidas, según Asaja, son del 100% en algunas fincas.

AVA cifra las pérdidas por el Cotonet de Sudáfrica en 113 millones

Un estudio de la organización estima que 380.000 toneladas de cítricos se quedarán en los campos por esta plaga

► V.F. REDACCIÓN.

La Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) reclama al ministro de Agricultura, Luis Planas, que ponga en marcha indemnizaciones destinadas a compensar los daños provocados por el Cotonet de Sudáfrica (*Delottococcus aberiae*), una plaga que causa graves deformaciones a frutos como cítricos y caquis, y contra la cual los agricultores no disponen desde esta temporada de ningún tratamiento de probada eficacia debido a las restricciones fitosanitarias impulsadas por parte de las Administraciones.

Según un estudio técnico de la organización agraria, el impacto de este insecto en la campaña cítrica 2020/21 superará los 113 millones de euros en pérdidas directas (78,7 millones en la provincia de Castellón, 31,5 millones en Valencia y 3,6 millones en Alicante). En cuanto a volumen de producción, la asociación prevé un total de 380.000 toneladas de mandarinas y naranjas perdidas en el campo y que, por tanto, no serán aptas para su comercialización en los mercados.

El presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, acusa al ministro de Agricultura, Luis Planas, de “dejar a los agricultores sin soluciones eficaces para combatir una plaga cada vez más extendida y agresiva. Cuando la Unión Europea consumió su amenaza de no renovar el uso del Metil Clorpirifos —la única materia activa que funcionaba contra este cotonet— el ministro volvió a demostrar su inoperancia y ni siquiera peleó ante Bruselas para ampliar el periodo de gracia en esta campaña. Lo único con lo que contamos son medidas experimentales que, según los expertos, tardaremos años en saber si son eficaces o no”.

Efectivamente, investigadores del Instituto Agroforestal del Mediterráneo de la Universitat Politècnica de València (UPV) y responsables de la firma Química Massó confirmaron durante una jornada organizada por Phyto-

ma que “los tratamientos químicos autorizados no controlan las grandes explosiones de población” en cítricos, mientras que en las alternativas con parasitoides o feromonas “habrá que esperar a ver su efecto sobre generaciones sucesivas”.

El Cotonet de Sudáfrica, introducido en 2009 en Benifairó de les Valls, se ha extendido por toda la zona cítrica valenciana, especialmente en el litoral de Castellón, el Camp de Morvedre, la Ribera Alta, La Marina Alta y La Marina Baixa, con una incidencia que alcanza hasta el 40% de afección media en la variedad Clemenules.

Aguado reprocha al ministro Luis Planas que “en lugar de utilizar su tiempo en propiciar acuer-

dos comerciales que benefician a países del hemisferio sur (Mercosur, México, Sudáfrica, etc.) a costa de arruinar nuestra agricultura, debería preocuparse por resol-

ver los problemas que tiene aquí. Mientras que en los últimos seis meses Egipto ha abierto siete nuevos mercados para sus cultivos, España ha hecho justo lo contrario: sacrificar al sector agrario por problemas políticos que le son ajenos como ha ocurrido en Rusia, Estados Unidos y ahora veremos el acuerdo del Brexit que contempla aranceles al Reino Unido”.

En relación a las dificultades en la lucha contra plagas y enfermedades agrarias, Aguado asegura a Planas que “el desastre del Cotonet de Sudáfrica es exactamente el mismo que puede reproducirse si Europa lleva a cabo su plan ‘De la Granja a la Mesa’, que prevé más restricciones de fitosanitarios y fertilizantes sin alternativas viables. Este camino solo conduce a más desperdicio alimentario, a más abandono de campos y a más dependencia de alimentos foráneos. Que el ministro únicamente vea “oportunidades” en esa estrategia es un insulto a la inteligencia. Señor Planas, no sea el ministro Duracell, porque con usted los problemas duran y duran...”

AVA-Asaja exige al Ministerio de Agricultura compensaciones por los daños del Cotonet de Sudáfrica



El Cotonet causa graves deformaciones a frutos como cítricos y caquis. / IVIA

El dron, un aliado imprescindible en la investigación agronómica andaluza

Ifapa trabaja con la Universidad de Sevilla y Agrosap en una herramienta de medición de riego a través de imágenes térmicas que hará los cultivos más sostenibles

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de Andalucía, a través del Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (Ifapa), trabaja en colaboración con la Universidad de Sevilla y la empresa tecnológica Soluciones Agrícolas de Precisión SL (Agrosap) para conseguir una metodología que determine la uniformidad de riego a través de imágenes térmicas con drones. El objetivo es contar con una herramienta ágil y eficaz para evaluar sistemas de riego en la totalidad de la superficie de una finca.

El área de Agricultura y Medio Ambiente de Ifapa tiene como líneas prioritarias la optimización del uso del agua de riego. En el proyecto denominado 'Transferencia Tecnológica para un Regadío Sostenible, SAR' se abordan cuestiones como la mejora de eficiencia del uso del agua mejorando la uniformidad de los sistemas de riego.

En la agricultura de regadío el parámetro que califica mejor la calidad del riego es su uniformidad. Los sistemas de aspersión y superficie presentan cierta dificultad para calcular esta uniformidad en función del diseño, debido a las variables que intervienen en su funcionamiento. Por tanto, requieren de una gran atención en cuanto a la innovación sobre su análisis.

Desde el Centro Ifapa Rancho de la Merced, en sus instalaciones de Chipiona (Cádiz), se lleva años trabajando en la cataloga-



Los drones pueden tomar información sobre el cultivo y ayudar a tomar decisiones agronómicas. / JUNTA DE ANDALUCÍA

Esta novedosa metodología permitirá analizar la información térmica obtenida con drones además de evaluar los sistemas de riego en la totalidad de la superficie de una finca agrícola

ción de las uniformidades de riego en los sistemas por aspersión, a través de un banco automático de ensayos de aspersores con viento. Actualmente, y para la evaluación de los sistemas de riego en campo, se pone a punto una metodología de evaluación que haga uso de nuevas tecnologías y más viable la determi-

nación de la calidad del riego de una instalación.

Los drones, con la sensórica adecuada, se encuentran capacitados para, de manera sencilla y automatizada, tomar información RGB, multispectral o térmica del cultivo y así ayudar a la toma de decisiones agronómicas. Estos datos pueden proporcionar

información del estado hídrico de la planta y, por ende, diferenciar entre zonas bien regadas y peor regadas en una explotación agrícola. Al partir de situaciones controladas sobre la programación del riego, es posible aislar la variabilidad del estrés hídrico provocado por el propio sistema y, por tanto, disponer de un valor de uniformidad del riego.

El Centro Ifapa Rancho de la Merced inicia este año esta línea en riego por aspersión, por ser uno de los sistemas de mayor complejidad para ser evaluados y por la trayectoria investigadora del centro en esta modalidad de riegos.

Esta novedosa metodología permitirá analizar la información térmica obtenida desde vehículos aéreos no tripulados. La consolidación de los buenos resultados obtenidos después de este primer año supondrá una rentable herramienta práctica. Un buen diagnóstico del sistema de riego es el primer paso para mejorar la eficiencia en el uso de los recursos hídricos. En concreto, en riego por aspersión, y con las conclusiones de un primer ensayo del Ifapa, con pequeñas modificaciones de diseño o ligeros cambios en el manejo, se mejora la uniformidad de riego.

■ SISTEMAS SOSTENIBLES

Además, esta línea de trabajo podrá aportar muchos avances para un sistema energéticamente sostenible en trabajos de investigación donde se use el riego por superficie, donde el control es fundamental y su evaluación inviable. En riego localizado no solo se trata de ver la equivalencia del sistema, sino su influencia en la uniformidad del cultivo y el papel que juega la redistribución del agua en el suelo.

Para la puesta a punto de la metodología de evaluación, queda por delante un período de experimentación que contemple la mayoría de las casuísticas posibles en cuanto a las condiciones de contorno, de manera que, antes de evaluar se provoquen aquellas situaciones deficitarias en riego que permitan un diagnóstico fiel atribuible al sistema utilizado.

La investigación logra lechugas y espinacas más saludables

Un estudio del proyecto Retos consigue reducir el uso de pesticidas y fertilizantes en un entorno de calentamiento global y economía circular

► VF. REDACCIÓN.

El uso del compost agroindustrial en lechuga y espinaca baby-leaf incrementa sus propiedades saludables para la dieta, entre ellas antioxidantes o vitaminas, y reduce la utilización de fertilizantes químicos y pesticidas. También mejora su calidad y contribuye a mitigar el calentamiento global. Además favorece la economía circular ya que reutiliza residuos orgánicos de la industria agroalimentaria y potencia la agricultura sostenible. Así lo demuestra un estudio del proyecto Retos de la Agencia

Estatal de Investigación, en el que participan investigadores de la Escuela de Agrónomos de la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT), de la Miguel Hernández, de Elche, y del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CEBAS-CSIC).

El compost actúa como biopesticida frente a diferentes patógenos de estos cultivos, dentro de una agricultura intensiva sostenible. "Contribuye a la resistencia de la lechuga a la enfermedad conocida popularmente como marras de plantación. En el caso de la es-



El compost actúa como biopesticida frente a diferentes patógenos de los cultivos de lechuga y espinaca baby-leaf. / ARCHIVO

pinaca, frente a mildiu", señala el catedrático Juan Fernández, investigador responsable del grupo Hortofruticultura Mediterránea.

Los autores del proyecto investigan si estos compost tienen efecto biofertilizante, mejoran el estado nutricional de la planta y aumentan sus propiedades saludables. Los investigadores utilizan, además, aditivos procedentes del café o la lavanda que inducen la formación de compuestos con efectos saludables, entre ellos fenoles, flavonoides y vitamina C, agrega

la catedrática Catalina Egea, investigadora responsable del grupo de Genética y Biología Vegetal y subdirectora del Instituto de Biotecnología Vegetal de la UPCT.

La reducción de la fertilización tradicional con estos neoproductos puede servir para mitigar la emisión de gases con efecto invernadero, según profesores, del departamento de Ingeniería Agronómica.

Los ensayos se están realizando desde 2018 en la finca Tomás Ferro de la UPCT y en cultivos comerciales de diferentes mu-

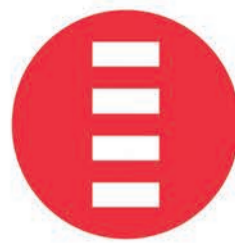
El proyecto de investigación comenzó hace dos años y tiene previsto finalizar a finales de 2020

nicipios de Murcia y Alicante, entre ellos Alhama, Librilla y Orihuela.

Los investigadores han llevado a cabo un estudio de postcosecha en algunos de los ensayos. Analizan si el uso del compost puede mejorar la vida útil de lechuga y espinaca como productos de cuarta gama, es decir, en alimentos que se comercializan listos para ser consumidos.

Fernández y Egea resaltan que el compost puede ser una alternativa al uso de la turba, el sustrato más importante utilizado en la agricultura intensiva. En la actualidad se buscan opciones más sostenibles, tanto desde el punto de vista medioambiental como económico.

El proyecto (Validación de compost como inductores de propiedades funcionales y de resistencia frente a patógenos para la producción sostenible de hortalizas de hoja pequeña (baby-leaf). AGL2017-84085-C3-3-R) comenzó hace dos años y tiene previsto finalizar a finales de 2020.



NOU MERCAT DEL CAMP
UNITAT AGROALIMENTÀRIA REUS

Información elaborada por Òscar Ortega

JORDI ESCRIVÀ / Presidente de la Asociación de Mayoristas del Mercat del Camp

“Durante todo este tiempo todas las paradas del Mercat han permanecido abiertas”

Con estas palabras Jordi Escrivà, presidente de la Asociación de Mayoristas del Mercat del Camp de Tarragona, y gerente de Fruits Cambrils, ensalza la labor de cada uno de los mayoristas de este mercado durante el actual período marcado por la pandemia de la COVID-19. En clave general, el comportamiento de las ventas durante los meses estivales en el área de influencia de este mercado o la prometida puesta en marcha del acceso de pago son otros temas que comenta en la entrevista.

Valencia Fruits. La actualización manda, ¿cómo están superando la crisis sanitaria de la COVID-19 el conjunto de mayoristas del Mercat del Camp?

Jordi Escrivà. Desde el primer momento de la pandemia, el Mercat del Camp no ha dejado de funcionar al ser considerado dentro del sector de los servicios esenciales.

Los primeros días, la situación fue muy complicada donde la venta se disparó por miedo de nuestros clientes a quedarse sin género.

Gracias al esfuerzo de todas las partes, mayoristas, proveedores y transportistas, se consiguió que el Mercat del Camp tuviera la capacidad de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, incluso, en los momentos más complicados.

Con el paso de los días, la situación se ha ido normalizando, dentro de lo que permiten las circunstancias en las que nos encontramos, ya que mientras las tiendas y mercados ambulantes están en funcionamiento, nuestros clientes del sector de la hostelería y restauración tienen sus negocios cerrados o están funcionando bajo mínimos, con la consecuente disminución de facturación que supone para nuestros asociados.

Contando que ya nos encontramos en los primeros días de la campaña de verano, el panorama no es muy halagüeño.

VF. De las 42 paradas y 14 empresas, ¿alguna ha cerrado de forma temporal durante este periodo?

JE. Durante todo este tiempo todas las paradas han permanecido abiertas. Durante este periodo se ha dado a las empresas la posibilidad de flexibilizar su horario de funcionamiento dependiendo de sus necesidades y las de sus clientes.

También se han tomado todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad tanto de los trabajadores como de los compradores: guantes, mascarillas, productos desinfectantes, distancia de seguridad...

Gracias a Dios, y de momento, no se ha dado ningún caso de positivo en todo el Mercat del Camp. Esperamos que pronto podamos salir de esta situación.

VF. Si no ha cerrado ninguna, ¿significa que el Mercat del Camp está activo? ¿Qué perfiles de compradores acuden?

JE. El perfil de los compradores sigue siendo el mismo. En los primeros días de la pandemia y con los mercados ambulantes cerrados por motivos de seguridad, las tiendas de barrio aumentaron sus ventas de forma exponencial. Con la progresiva apertura de nuevo de los mercadillos la situación ha ido volviendo a la normalidad de antes.

Cabe destacar el papel que han desempeñado estos establecimientos durante estos días. Creo que la gente se ha dado cuenta de su importancia como alternativa a las grandes superficies y cadenas de distribución tanto a nivel de servicio directo como de calidad y proximidad del producto que ofrecen.

VF. Siguiendo con la propia instalación, ¿el pasado verano se terminó el acondicionamiento de la puerta de acceso al Mercat del Camp? ¿En qué ha repercutido su funcionamiento?

JE. Por diferentes motivos, el pago para la entrada en las instalaciones del Mercat del Camp aún no está en funcio-



Jordi Escrivà, presidente del colectivo mayorista del Mercat del Camp de Tarragona. / ARCHIVO

“Con el decreto del estado de alarma, las ventas se dispararon por miedo de nuestros clientes a quedarse sin género”

“Con una situación más normalizada, en el inicio de la campaña de verano, el panorama no es muy halagüeño”

“Las obras de la nueva puerta de acceso están ya finalizadas y solo falta activar el sistema informático”

namiento. Desde el Ayuntamiento de Reus nos han garantizado que durante el mes de julio se procederá a la finalización de todo el proceso.

Las obras de la nueva puerta de acceso están ya finalizadas y solo falta activar el sistema informático que permita el nuevo funcionamiento.

VF. ¿En qué punto se encuentran, por un lado, la remodelación del Mercat y, por otro, su promoción?

JE. Estamos a la espera de poder empezar a recaudar fondos para poder llevar a cabo los diferentes proyectos que tenemos en mente, tanto a nivel de remodelación como de proyección de este mercado mayorista.

VF. En clave ventas, ¿qué expectativas tienen de cara al verano?

JE. Está claro que estamos ante un verano totalmente atípico debido a las circunstancias de la pandemia.

Las perspectivas no son buenas. La mayoría de los restaurantes y hoteles de la zona no abrirán o lo harán

en condiciones muy adversas para el normal funcionamiento de sus negocios. Por ejemplo, Port Aventura, en el área de influencia del Mercat del Camp, tiene pensado abrir durante los primeros días de julio, pero solo a un 30% de su capacidad.

Todo va a depender de la evolución del virus y en qué condiciones las instituciones sanitarias permitan trabajar al sector.

Con el turismo interior no hay posibilidad de salvar la temporada y estamos a expensas de que finalmente se permita la llegada del turismo extranjero, que es el principal cliente de nuestra zona en verano.

VF. Como presidente de los mayoristas de este mercado, ¿una prospección para el resto del ejercicio?

JE. A nivel de Mercat del Camp a diferencia de otros años y debido a la COVID-19 en estos momentos es muy difícil hacer una valoración.

Como he dicho anteriormente, va a ser un año muy complicado. Cada empresa tiene que intentar reinventarse y amoldarse a esta nueva situación mientras no se encuentre una vacuna o un tratamiento que permitan volver a la anterior normalidad. Lo único que podemos hacer es estar al lado de nuestros clientes e intentar darles el mejor servicio y producto posible.

VF. Desde la óptica de Fruits Cambrils, ¿qué comenta?

JE. Particularmente, el resto de este año es capear esta situación de la mejor manera posible. Nuestro negocio está más enfocado de cara al cliente de tienda y mercado ambulante y no tanto a la restauración y hostelería. Esta situación puede que haga que el impacto de la pandemia no sea tan fuerte en nuestra empresa como en otras que dependían más del sector hotelero y restauración.

De todos modos, es un momento difícil y lo único que nos queda es trabajar con el máximo de esfuerzo y dedicación para que nuestro cliente esté bien atendido y ayudarle a pasar estos momentos. Y con la esperanza que el futuro nos depare tiempos mejores.

FRUITES CABRE

Fontestad Tina BORJA FRUTAS BORJA, S.L.

FRUITES CABRE, S.A.
Mercat del Camp, Paradas 17 - 39 - 40 - 41 - 42
Tels. 977 54 89 42 - 977 54 85 33 • Fax: 977 54 72 93
E-mail: fruitescabre@fruitescabre.es
43110 LA CANONJA (Tarragona)

LLUÍS CIVIT / Responsable de Fruites Civit

“Tenemos la ventaja de ser hábiles en recursos, nuestro valor diferencial”

Con estas palabras Lluís Civit, responsable de Fruites Civit, ilustra uno de los puntos fuertes de las empresas mayoristas del Mercat del Camp de Tarragona frente a otros puntos de distribución. La incidencia de la COVID-19, las obras en este enclave logístico y sus objetivos son otros temas que comenta Civit a **Valencia Fruits** en esta entrevista.

Valencia Fruits. La actualidad está marcada por la pandemia de la COVID-19. ¿Cómo ha influenciado en el desarrollo de la actividad de Fruites Civit?

Lluís Civit. Está claro que este año 2020 será incomparable a otros años. Cualquier previsión se ha visto truncada por la crisis sanitaria que ha generado la COVID-19, totalmente incontrolable por nosotros como sociedad. Sin embargo, la vida continúa y cualquier persona o empresa se ha de adaptar a cualquier imprevisto.

Dentro del sector podríamos decir que se ha notado en la venta. La distribución ha desaparecido durante la pandemia; en cambio, la venta a comerciantes experimentó un incremento sustancial con una clara tendencia hacia los artículos de calidad.

VF. Siguiendo en clave empresarial, ¿qué objetivos se plantean?

LIC. Los objetivos en cualquier empresa es mejorar como diría cualquier autónomo sin necesidad de acudir a la Universidad de Oxford.

Nuestro objetivo como empresa es ir creciendo poco a poco sin olvidar de dónde venimos y quiénes son los clientes de toda la vida que día sí y día también confían en nosotros.

VF. Ya han arrancando las obras del Mercat del Camp. ¿Qué suponen para un operador como Fruites Civit estas obras?

LIC. Las obras están en marcha desde hace algún tiempo y aún es pronto para poder decir qué pasará.

Aún así, solo pedimos que sea un bien para todos y que si sirve para mejorar, adelante. En sí, parte del colectivo es reactivo a los cambios, pero si no se hicieran, nunca se mejorarían. Así las cosas, veremos qué sucede y luego opinaremos.

VF. ¿Cómo invitaría a un comprador de fruta y hortaliza para que acuda al Mercat del Camp?

LIC. Garantizando que la relación entre precio y calidad siempre será la mejor que pueda encontrar ya no como empresa



Lluís Civit, padre e hijo, cuarta y tercera generación de la empresa familiar. / 00

“Solo pedimos que las obras del Mercat del Camp sean un bien para todos”

sino como mercado. Nadie tiene ningún monopolio de nada, pero sí que tenemos la ventaja de ser hábiles en recursos y este es nuestro valor diferencial en relación otros puntos de distribución.

VF. ¿Cómo esperan que se desarrollen las ventas de aquí a final de año teniendo en cuenta el factor turismo aunque, por otro lado, se intuye que un elevado porcentaje de población no viajará durante las vacaciones?

LIC. Si salvamos el año, como dice todo el mundo y no seremos una excepción, nos podemos dar por satisfechos. Con el estado de

“Nuestro objetivo como empresa es ir creciendo poco a poco sin olvidar de dónde venimos”

alarma hemos perdido tres meses íntegros, la vacaciones de Semana Santa —una buena época de ventas—... estamos en junio y no tenemos ninguna noticia que invite al optimismo; sin embargo, quejarse no sirve de nada. Seguiremos con nuestra línea y siempre me han dicho que “si lo haces bien, todo llega”.

VF. ¿Qué desea añadir?

LIC. Ánimos para todos y que a todo el mundo le vaya de la mejor manera posible. Como decía Pep Guardiola: “Si nos levantamos bien temprano y sin reproches, somos un país imparables”.



Desde la izquierda, Jordi y Albert Cabré, gerentes de Fruites Cabré. / 00

ALBERT Y JORDI CABRÉ / Gerentes de Fruites Cabré

“Ahora podemos organizar mejor todo el espacio de venta y logística”

Estas palabras se refieren a la continuidad de todas las paradas como resultado de la incorporación de una parada de Fruites Cabré en el Mercat del Camp de Tarragona.

Los hermanos Albert y Jordi Cabré, gerentes de Fruites Cabré y cuarta generación familiar al frente del negocio, hablan de diversos temas relacionados con este mercado mayorista.

Valencia Fruits. El año pasado ampliaron en una sus paradas en este mercado, sumando cinco. ¿En qué se ha traducido esta ampliación?

Albert Cabré. Nos ha permitido ampliar la oferta y añadir nuevos productos, además de incorporar cámara de frío para productos de extremada delicadeza.

VF. Con esta incorporación de una parada, ¿qué objetivos se plantean para este 2020?

AC. La incorporación de una parada ha sido un proyecto que nos ha permitido dar continuidad a nuestros puntos de venta en el Mercat del Camp, ya que era una parada individual que separaba las otras cuatro. Ahora podemos organizar mejor todo el espacio de venta y logística.

VF. Bajo su punto de vista, ¿cómo describe la evolución de este mercado central de frutas y hortalizas y de la unidad alimentaria del Mercat del Camp de Tarragona?

Jordi Cabré. El Mercat del Camp sigue la misma línea

“En Fruites Cabré siempre hemos adoptado la calidad de producto por encima de todo”

que los años anteriores sin cambios significativos, aunque sí es cierto que la próxima apertura de control de acceso a este mercado, creemos que permitirá más control de personas relacionadas con nuestro sector.

El Mercat del Camp de Tarragona es un mercado mayorista con futuro, activo y dinámico.

VF. En clave actual, ¿de qué manera afecta la aparición de la COVID-19?

JC. La irrupción del coronavirus ha generado muchos cambios en cuanto al cuidado de no proliferar ni permitir un brote en nuestras instalaciones adoptando una serie de medidas que han sido delicadas por la aparición repentina y falta de stock de material higiénico-sanitario.

En relación a las ventas, más o menos ha seguido la misma evolución con un poco de “caos” en las primera semanas con compras compulsivas debido al confinamiento.

VF. ¿Cómo se presenta Fruites Cabré a un operador? ¿Qué oferta proponen?

AC. Siempre hemos adoptado la calidad de producto por encima de todo y es por ello que tenemos exclusividad en marcas de mucho prestigio que junto a la compra de productos en origen posibilita que podamos ofrecer precios muy competitivos.

Cuidamos el producto y cuidamos el cliente final.

Somos una empresa familiar de cuatro generaciones donde cada uno tiene su función, nos compenetrados y discutimos cada una de las acciones de forma conjunta.

IMPORT-EXPORT. FRUITES Y VERDURES



FRUITES
CAMBRILS S.A.

► Camí de Reus, s/n - Apdo. Correos nº 138 - 43850 CAMBRILS (Tarragona) - Tel.: 977 36 84 03 - Fax: 977 36 54 64
► Mercat del Camp - Pto. 4-5-25 - 43110 LA CANONJA (Tarragona) - Tel.: 977 54 81 08 - Fax: 977 54 81 42
E-mail: fruitescambrils@yahoo.es

JAVIER SÁNCHEZ / Responsable de Hnos. Fernández López

“El cliente agradece que el lugar donde acuden a comprar esté bien organizado”

La renovación de parte de instalaciones, las mejoras del Mercat del Camp de Tarragona y la incidencia de la COVID-19 son algunos temas que trata Javier Sánchez, responsable de Hnos. Fernández López, en la entrevista.

Valencia Fruits. *Este año han acabado de remodelar sus paradas en el Mercat del Camp de Tarragona...*

Javier Sánchez. Sí, así es. Este año continuamos con la renovación de las instalaciones de nuestras cinco paradas, iniciada en 2018 junto con la implementación de la nueva imagen corporativa de la compañía.

Tras 40 años de trayectoria de la misma forma que el sector evoluciona nuestra compañía también se ha transformando en una organización internacional con mayor capacidad de servicio y con mayor proyección de futuro. La nueva imagen corporativa persigue transmitir mejor quiénes somos y qué hacemos en la actualidad.

Estamos muy contentos con el resultado y consideramos que nuestros clientes agradecen que el lugar donde acuden a comprar esté bien organizado, limpio, ordenado y con una imagen fresca como la actual.

VF. *Hablando de renovación de instalaciones, también el Mercat del Camp...*

JS. Sí, en el Mercat del Camp se han ejecutado recientemente una serie de actuaciones para mejorar esta infraestructura: pavimento, puertas de acceso al recinto, señalización para los usuarios...

VF. *¿Por qué apuesta Hnos. Fernández López por el Mercat del Camp de Tarragona, pese a la cercanía de la unidad alimentaria de Mercabarna donde está la sede central de la firma?*

JS. Llevamos en Tarragona más de 35 años, un mercado dirigido a toda la demarcación y su área de influencia que ofrece servicio a principalmente minoristas, entre otros perfiles de clientes. En esa área de influencia la Costa Daurada ofrece una temporada estival muy interesante, representada en el perfil Horeca, para nuestra delegación en el Mercat del Camp. A todos los clientes ofrecemos la gama de productos que encontraría en Barcelona.

VF. *¿El horario diurno de este mercado favorece la actividad de este mercado y la entrada de nuevos compradores?*

JS. Sí, el horario diurno favorece. El hecho de que sea un horario que se extiende por la tarde es un buen complemento al servicio que da Mercabarna por la mañana.

VF. *¿Cómo han notado la irrupción de la COVID-19?*



Imagen de las renovadas paradas de Hnos Fernández López en el Mercat del Camp. / O.O.

“Durante los dos últimos años hemos renovado las instalaciones de nuestras cinco paradas”

JS. Hemos tenido que conjugar el servicio a nuestros clientes con la implementación de todas las medidas sanitarias recomendadas por las autoridades para garantizar un entorno de trabajo seguro para todos los trabajadores y, en especial, para los que están en primera línea, trabajando de cara al público.



Javier Sánchez. / ÓSCAR ORTEGA

Hemos notado diferencias en el comportamiento de compra tanto a nivel productos como visitantes. La venta se ha visto menguada las primeras semanas por la falta de mercadillos abiertos, este perfil de cliente es comprador habitual en Tarragona, pero, por el contrario, las pequeñas fruterías de proximidad han visto incrementadas sus ventas notablemente y algunos productos han experimentado una demanda superior como cítricos, manzanas, patatas...

El sector Horeca, cliente importante para nuestra delegación aquí en el Mercat del Camp, se ha visto seriamente afectado semanas atrás y ahora empieza a remontar. En este sentido, esperamos que el sector se estabilice una vez entre en normalidad el turismo.

MERCAT
del
CAMP

Asociación de
Mayoristas
Frutas y Verduras

NOMBRE	TELÉFONO	FAX	E-MAIL	PUESTO
HNOS. FERNÁNDEZ LÓPEZ, S.A.	977 54 83 60	977 54 57 28	jsanchez@grupofernandez.es	1-2-3-23-24
FRUITES CAMBRILS, S.A.	977 54 81 08	977 54 81 42	fruitescambriils@yahoo.es	4-5-25
HNOS. L. SÁNCHEZ VILASECA, S.L.	977 54 63 21 / 81 07	977 54 8107	mariana@lopezsanchezvilaseca.com	6-7-8-21-22 37-38-43-44
RECIO FRUITS, S.L.	977 54 52 65	977 54 54 78	reciofruits@yahoo.es	10-11-31-32-33
HORTAVELLA FRUITES Y VERDURES, S.L.	977 54 10 62	977 54 10 62	hortavella95@gmail.com	12
FRUTAS VERDES TORREFORTA, S.L.	977 54 50 97	977 54 50 97	fujifrutas@outlook.es	13
ESPES FRUITS, S.L.	629 21 32 71		info.espesfruits@gmail.com	14-15
GHALMI FRUITS, S.L.	635 57 56 76		ghalmifruits@gmail.com	16
FRUITES CABRÉ, S.A.	977 54 85 33 / 89 42	977 54 72 93	fruitescabre@fruitescabre.es	17-39-40-41-42
FRUITES MARTORELL	630 91 68 30	977 55 26 16	fruitescartorell@gmail.com	18
AURELIAN DIMITRU	667 825 066		distribucionjuly@yahoo.es	19
J. SALVADO, S.A.	977 54 87 21	977 54 87 21	j.salvado.reus@gmail.com	20
FRUITES CIVIT, S.L.	977 54 89 41	977 54 32 72	administracion@fruitescivit.cat	26-27-28-29-30
SERHS FRUITS	977 54 81 60	977 54 59 89	sfruits.reus@grupserhs.com	34-35-36

Autovía Reus-Tarragona cruce La Canonja, s/n • 43205 REUS (TARRAGONA)



Países Bajos Bélgica

El mercado de frutas y hortalizas en Bélgica

Los supermercados siguen siendo los puntos de venta más habituales y el producto hortofrutícola español tiene una buena aceptación en el país belga

► NEREA RODRÍGUEZ. REDACCIÓN.

El mercado belga cuenta con 11,37 millones de habitantes y está situado estratégicamente en el corazón de Europa. Dada su situación geográfica, una gran parte de las importaciones de frutas y hortalizas belgas están destinadas a la reexportación. Bélgica usa su ubicación geográfica estratégica para re-exportar a países vecinos. Se encuentra en el centro de Europa y junto con sus infraestructuras de calidad en materia de transporte, logística y comunicaciones, le permite un rápido acceso a proveedores y mercados europeos clave. Además, el mercado belga es muy competitivo y goza de un alto nivel de transparencia. Cuenta con el puerto de Amberes, el segundo puerto más importante de Europa y ocupa el puesto 13 del ranking mundial con relación a la cantidad de carga manejada en contenedores.

En hortalizas, Países Bajos, Francia, España y Alemania supone 81% de las importaciones de Bélgica siendo la patata el producto más importado. En fruta, Bélgica es un país importador neto de frutas.

España ocupa el tercer puesto en este ranking. El principal exportador de frutas a Bélgica son Países Bajos seguido de Colombia, y los plátanos son claramente la fruta más importada, y los kiwis y la piña completan los puestos de honor.

■ EL PRODUCTO ESPAÑOL

El producto hortofrutícola español tiene una buena aceptación en el país, se pueden encontrar productos hortofrutícolas españoles durante todo el año en los principales supermercados. Además, algunos supermercados realizan promociones exclusivas del producto español que incluyen productos hortofrutícolas típicos como aceitunas y cítricos.

Actualmente, numerosos importadores belgas adquieren sus productos en España, así como en Italia y Francia. El clima español es una de las principales ventajas, ya que permite mantener la oferta durante un mayor periodo de tiempo. Además, la oferta española es muy variada y de buena calidad percibida.

España se encuentra entre los cinco principales países de proveedores de frutas y verduras.

■ CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Muchos de los importadores de frutas y verduras establecidos en Bélgica se dedican a la exportación. Su situación geográfica, en el corazón de Europa, facilita la



Franz Colruyt, Delhaize y Carrefour ocupan los primeros de puestos en la venta de frutas y verduras en Bélgica. / DELHAIZE

El mercado belga es muy competitivo y goza de un alto nivel de transparencia

Algunos supermercados realizan promociones exclusivas del producto español que incluyen productos hortofrutícolas típicos como aceitunas y cítricos

distribución de frutas y verduras a otros países. En Bélgica confluyen un gran número de ejes de transporte europeo. Además, se encuentra en el corredero de Inglaterra hacia el sur de Alemania y también cuenta con el puerto de Amberes, el segundo de Europa y uno de los más importantes del mundo.

Para el caso de las frutas y hortalizas en Bélgica, los supermercados siguen siendo el punto de venta más habitual, representan cerca del 60% de mercado. Esto se explica en el hábito de los consumidores en ir semanalmente a hacer la compra al supermercado por proximidad. Además, normalmente cuentan con varias opciones de distintas. Por otro lado, en segunda posición, se encuentran las tiendas de descuento, donde el cliente busca un trato más cercano y una calidad fuera de las cadenas de gran distribución. Destaca el crecimiento de las compras por internet de estos productos en los últimos años.

ETN Franz Colruyt, Delhaize 'Le Lion' y Carrefour Belgium ocupan los primeros de puntos



La superficie agrícola total del país se mantiene constante y la patata sigue siendo la hortaliza más producida en Bélgica. / ARCHIVO

de venta de frutas y verduras en Bélgica.

■ PRODUCCIÓN LOCAL

En la producción belga de frutas y hortalizas, se ha venido repitiendo un fenómeno durante los últimos 30 años y es que, el tamaño medio de explotación

ha aumentado de 12,5 hectáreas por explotación hasta alcanzar las 36,6 hectáreas. La superficie agrícola total del país se mantiene constante y la patata sigue siendo la hortaliza más producida mientras que la manzana lidera el cultivo frutícola. Por otro lado, Bélgica se encuentra en una

Dada su situación geográfica, una gran parte de las importaciones de frutas y hortalizas belgas están destinadas a la reexportación

tendencia al alza de producción ecológica habiendo aumentado considerablemente en la última década.

■ EL CONSUMIDOR BELGA

Según el consumidor belga, la cocina mediterránea es sana y se complementa cada vez más con variedades vegetarianas, sin alérgenos y orgánicas. Además, la sostenibilidad juega un papel importante hoy en día. Por otro lado, la comodidad se coloca como eje central en una sociedad ocupada que no dispone de tiempo para cocinar.

Una tendencia clave en innovación de productos es que cada vez más personas eligen productos equilibrados. Menos carne, más legumbres u otras proteínas. Esto se debe al hecho de que el mercado para vegetarianos o veganos sigue creciendo.

También hay una evolución hacia una mayor transparencia donde los consumidores están cada vez más concienciados y quieren conocer todos los ingredientes de los productos que consumen.

La sostenibilidad también es importante, por lo que ha cobrado importancia el comercio local y el consumo de cercanía. Conveniencia, además de las tendencias de salud, la facilidad y velocidad de preparación juegan un papel importante.

La facilidad está cada vez más arraigada en el consumidor. Por un lado, le gusta cocinar durante el fin de semana, pero durante la semana busca soluciones fáciles y esta tendencia seguirá aumentando, ya que el consumidor busca cada vez más "momentos de comodidad". El gusto de los productos es lo primordial, por eso es necesario seguir innovando en recetas nuevas y mejores. Además de eso, la visibilidad es crucial, gracias a un embalaje promocional para atraer nuevos clientes.



El puerto de Amberes es el segundo puerto más importante de Europa y ocupa el puesto 13 del ranking mundial con relación a la cantidad de carga manejada en contenedores. / PORT OF ANTWERP

El mercado de la gran distribución alimentaria en Países Bajos

Los consumidores neerlandeses valoran cada vez más la buena relación calidad-precio que las marcas de distribuidor ofrecen y pueden ser una buena alternativa a las marcas Premium o de primer precio.

NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN

El sector de la gran distribución de alimentos en Países Bajos está dominado por la cadena de supermercados Albert Heijn, seguida por el grupo Superunie y Jumbo. Por otra parte, la cuota de mercado de los discounters (Lidl y Aldi) se encuentra en el 15,7%, y no hay presencia en Países Bajos de grandes grupos de distribución extranjeros como Carrefour, Auchan, Tesco o Mercadona.

Por su parte las tiendas de conveniencia ofrecen todo tipo de productos convenientemente envasados y listos para consumir, así como todo tipo de snacks, bebidas y frutas para acompañar. Están surgiendo tiendas de conveniencia innovadoras, como por ejemplo las de la cadena Albert Heijn AH to go, que están situadas en lugares en los que hay un gran tráfico de personas y AH Urban para aquellos consumidores que realizan sus compras en el centro de las ciudades.

El caso de las tiendas Atent Super op Vakantie es especial, ya que están enfocadas a la venta de productos en zonas vacacionales, como campamentos o parques recreativos, donde ofrecen multitud de productos de temporada y productos frescos.

El resto de tiendas de conveniencia que no pertenecen a un grupo de supermercados, son independientes y sobreviven gracias a su adaptación.

MAYORISTAS

Los mayoristas de alimentos venden sus productos a pequeños supermercados independientes, a establecimientos de restauración (restaurantes y hoteles) y tiendas de conveniencia y, en general, a todo aquel que tenga un negocio, incluidos los autónomos, sean del sector que sea.

Los mayoristas se caracterizan por ofrecer un buen precio en sus productos y envases de gran tamaño, adecuados a las necesidades de sus compradores. Se pueden distinguir tres tipos de establecimientos mayoristas: los "generales", los especializados en marcas Premium y los especializados en un tipo de producto en particular.

En primer lugar, encontramos los mayoristas propiamente dichos que tienen una amplia gama de productos y dominan claramente el mercado neerlandés. En él se encuentran las cadenas Makro,

Deli XL, Sligro y Maxxam. Este primer grupo supone un 73% de las ventas totales de los mayoristas.

Los mayoristas de marcas Premium tratan de diferenciarse mediante la especialización hacia el sector gourmet, y ofrecen a sus clientes alimentos de calidad. En este segundo grupo se encuentran Hanos, Kweker, Kruidenier y Horesca. Este segundo grupo supone el 17% del total de ventas mayoristas.

Por último, los mayoristas por tipo de producto son aquellos que ofrecen a sus clientes una gran variedad de productos, pero solamente dentro de un nicho muy concreto. A este grupo pertenecen los mayoristas de carne (A.G.Scholtes, Allal, etc.), pescado (Jan van As, Arijs, etc.) o queso (Dupont, CM Foods, etc.). Este último grupo supone el 10% del total de facturación de los mayoristas.

EL CONSUMIDOR

Los consumidores neerlandeses han incrementado el volumen de compras en los últimos años. El sector de la gran distribución de alimentos se ha visto beneficiado por ello. Por rango de edad, los niveles de gasto varían enormemente. Las personas entre 40 y 49 años, y las mayores de 60, son las que más dinero dirigen a la compra de alimentos. Por el contrario, la población menor de 29 años es la que menos dinero



El consumidor neerlandés está dispuesto a hacer un esfuerzo económico. / ALBERT HEIJN

invierte en alimentación. A pesar de todo, esta tendencia está cambiando ya que cada vez son más las personas jóvenes que disfrutan organizando reuniones para comer y beber en casa en lugar de salir.

Los consumidores valoran cada vez más la buena relación calidad-precio que las marcas de distribuidor ofrecen y pueden ser una buena alternativa a las marcas Premium o de primer precio. Además, se ha demostrado que las marcas de distribuidor no solamente crecen en los tiempos de recesión, sino que también lo hacen en los tiempos de prosperidad.

La continua expansión de los supermercados tipo discounters (que tienen como base de venta una importante presencia de marcas blancas) continúa alimentando el creciente mercado para marcas de distribución.

El consumidor neerlandés también es muy sensible a la publicidad. De hecho, en Países Bajos las marcas que más gastan en sus campañas publicitarias son las que más ingresos tienen. Además, ya no solo busca diseño y calidad, sino que además se deja llevar por los elementos psicológicos que ofrecen tanto marca como producto. Prueba de ello es que el consumidor neerlandés está dispuesto a hacer un esfuerzo

El consumidor neerlandés valora cada vez más los productos obtenidos de forma sostenible y la comida sana y fresca.

El consumo post COVID

Según una investigación llevada a cabo por Nielsen, una gran proporción de consumidores neerlandeses comprarán más productos online después de la crisis de la COVID-19.

Según Nielsen habrá un aumento de un 7% en las compras de bebidas online, un 5% en frescos y un 6% en alimentos envasados. El estudio muestra que el 26% de los consumidores neerlandeses piensan que las consecuencias a largo plazo del coronavirus persistirán y menos de la mitad piensa que reanudará sus viejos hábitos de compra.

El comercio online de alimentación en Países Bajos lleva varios años en funcionamiento, pero ha visto acelerado su crecimiento en los últimos meses, con un aumento de las ventas en supermercados de un 5,7%, frente al crecimiento esperado que se situaba en un 2,7% para 2020.

De hecho, las tiendas online aumentaron su facturación un 28,8% en el mes marzo, el mayor incremento registrado desde 2014. ■

económico para adquirir productos sostenibles.

Otra de sus particularidades es que es un gran comprador online. Casi tres cuartos de los usuarios de internet que tiene el país afirman haber comprado algún producto en la red, siendo dos tercios de los mismos considerados compradores habituales.

EL PRODUCTO ESPAÑOL

Países Bajos es uno de los principales socios comerciales de España, siendo el séptimo comprador de productos españoles en el mundo, lo que se ve reflejado en la gran oferta de productos españoles en las grandes cadenas de distribución neerlandesas.

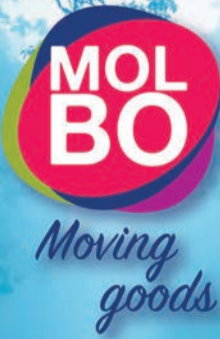
Los productos alimenticios españoles más destacados son: frutas y hortalizas, aceite de oliva, vinos, embutidos.

La fruta española está presente en los supermercados neerlandeses pero su presencia es menor que en otros países de la Unión Europea. El consumidor neerlandés destaca la relación calidad-precio de las frutas españolas, siendo las más consumidas el plátano y las naranjas; y afirma que cada vez confía más en el producto español por la facilidad con la que garantiza una buena trazabilidad del producto. Y en la actualidad, el consumidor medio da cada vez más importancia a las frutas ecológicas.

PERSPECTIVAS

Países Bajos es el país europeo donde más está creciendo la industria de supermercados online, acercándose ya a Reino Unido y Francia, que son los países que lideran este modelo de venta online en el continente europeo.

Otra de las tendencias a tener en cuenta es la oferta de los productos ecológicos y productos fresh. En Países Bajos la venta de frutas y hortalizas ecológicas mantiene su tendencia alcista gracias a que el consumidor neerlandés está muy concienciado con el medio ambiente, y cada vez valora más los productos obtenidos de forma sostenible y la comida sana y fresca.



MOLBO
Moving goods

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

ESPECIALISTAS EN GRUPAJE DIARIO

ITALIA NUOVO SERVIZIO

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

BÉLGICA


HOLANDA

ESCANDINAVIA
SUECIA, NORUEGA, FINLANDIA Y DINAMARCA

INGLATERRA

IRLANDA

ALEMANIA



Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 18 de junio de 2020, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	1,80
Aguacate	2,20
Almendra	3,80
Pomelo	1,30
Avellana	3,30
Caqui	2,50
Carambolas	5,00
Castañas	6,00
Cerezas	3,50
Cocos	0,60
Membrillo	2,50
Dátiles	3,20
Feijoa	4,00
Higos	4,00
Chumbos	1,70
Frambuesas	7,00
Grosellas	13,00
Kiwis	2,10
Lichis	3,00
Lima	2,10
Limón	0,95
Fresa	6,00
Fresón	2,00
Granada	2,50
Mandarina Clementina	2,00
Satsuma	1,50
Otras	1,30
Mangos	3,20
Maracuyá	4,40
Melón Galia	0,95
Amarillo	0,80
Piel de Sapo	0,80
Otros	0,60
Moras	7,50
Nashi	0,80
Nectarina Blanca	1,70
Amarilla	1,70
Níspero	1,70
Nueces	3,50
Olivas	3,80
Papayas	3,50
Pera Blanquilla	1,40
Verano	1,50
Invierno	1,45
Temprana	2,00
Piña	0,80
Pitahaya	5,50
Plátanos Canario	1,25
Importación	0,85
Manzana Bicolor	1,00
Amarilla	0,70
Verde	0,75
Roja	0,85
Otras	1,40
Melocotón Amarillo	1,55
Rojo Pulpa Blanca	1,75
Rojo Pulpa Amarilla	1,25
Ciruela	1,20
Uva Blanca	3,00
Negra	2,20
Rambután	5,00
Sandía con semilla	0,60
Sin semilla	0,70
Naranja	1,40
Chirimoya	1,50
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	0,50
Ajo Seco	2,90
Tierno	0,75
Apio	0,65
Acelgas	0,60
Batata	1,20
Borrajá	1,00
Brócoli	1,75
Brecol	2,00
Calçots	0,07
Calabaza	1,00
Calabacín	0,45
Cardo	0,65
Alcachofa	2,00

Cebolla Seca	0,30
Figueras	1,20
Tierna	0,60
Pepino	0,40
Col Repollo	0,40
Bruselas	1,30
Lombarda	0,40
China	1,10
Coliflor	1,10
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,65
Larga	0,45
Otras	0,50
Endibia	0,90
Escarola	0,75
Espárragos Blancos	4,50
Verdes	1,30
Espinaca	0,75
Haba	0,70
Hinojo	0,65
Perejil	0,40
Judía Bobi	2,40
Perona	4,00
Fina	3,50
Otras	1,60
Nabo	0,80
Zanahoria	0,50
Patata Blanca	0,40
Roja	0,40
Pimiento Lamuyo	1,60
Verde	1,00
Rojo	1,50
Guisante	3,00
Puerro	1,10
Rábano	0,45
Remolacha	0,60
Tomate Maduro	0,55
Verde	0,90
Chirivía	1,50
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	1,70
Rovellón-Níscalo	18,00
Champiñón	1,55
Otras Setas	10,00
Maíz	1,00
Caña de Azúcar	1,00

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 8 al 14 de junio de 2020. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	2,87
Albaricoque	1,44
Almendras	9,00
Cereza / Picota	3,49
Ciruela	1,29
Dátil	8,63
Fresa / Fresón	3,79
Breva	3,81
Kiwi / Zespri	3,11
Lima	2,47
Limón	1,04
Mandarina Clementina / Fortuna / Nadorcott	2,40
Mango	2,90
Manzanas O.V. / Pink Lady	2,53
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,18
Starking / R. Chief / Gloster / Galaxia	1,43
Verde Doncella	2,03
Reineta / Canadá Gris	1,85
Granny Smith	1,69
Royal Gala / Cardinale	1,59
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,53
Melocotón / Baby Gool	1,53
Melón / Galia / Coca	1,10
Mora	16,40
Naranja Navel	1,23
Valencia Late / Miaknight	0,98
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,38
Nectarina	1,42
Níspero / Nipola	3,45
Nuez	4,62
Papaya	2,50
Paraguayo	1,47
Pera Blanquilla o Agua	1,68

Ercolini / Etrusca	2,23
Castell o San Juan / Magallona	3,08
Conferencia / Decana	1,71
Piña	1,14
Plátano	1,12
Banana	0,83
Sandía	0,58
Uva	2,97
Otros Frutos Secos	12,78
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,82
Ajo Seco	2,57
Tierno / Ajete	7,00
Alcachofa	1,20
Escarola	1,13
Batata / Boniato	1,08
Berenjena	0,73
Brócoli / Brecol	2,18
Calabacín	0,69
Calabaza / Marrueco	1,01
Cebolla / Chalota	0,42
Cebolleta	0,89
Champiñón	1,86
Col Repollo	0,52
China	1,10
Lombarda	0,71
Coliflor / Romanescu	1,27
Endivia	2,33
Espárrago Verde	4,13
Espinaca	1,61
Guisante	1,78
Judía Verde Fina (Brasileña)	2,96
V. Perona / Elda / Sabinal / Emerite	2,11
Lechuga O.V.	0,63
Cogollo	1,78
Iceberg	0,74
Nabo	0,93
Pepinos	0,79
Perejil	1,88
Pimiento Verde	0,88
Rojo (Asar)	1,38
Puerro	1,23
Rábano / Rabanilla	2,20
Remolacha	1,60
Seta	3,13
Tomate O.V.	0,85
Cherry	1,49
Daniela	0,64
Zanahoria	0,57
Hierbabuena	2,37
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,36

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 15 al 19 de junio de 2020, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	3,95
Aguacate Fuerte	3,20
Hass	2,94
Albaricoque Moniquí	2,05
Otras Variedades	2,05
Almendra	1,50
Cereza Picota	4,45
Ciruela Golden Japan y	
Songold, Amarilla	1,90
Otras Familia Black, Roja	1,49
Reina Claudia	1,15
Santa Rosa, Roja	2,70
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nour	14,45
Fresón Otras Variedades	3,63
Granada Otras Variedades	2,95
Guayaba/o Otras Variedades	2,95
Higo Chumbo	1,25
Breva Colar	4,20
Verdal	5,20
Kiwi Kiwigold	5,20
Pulpa Verde	3,45
Limón Fino o Primafiori	0,95
Otras Variedades	0,95
Verna	0,95
Manga Kent	6,10
Mango Tommy Atkins	1,45
Manzanas Fuji	1,15
Golden	1,65

Granny Smith	1,75
Otras Variedades	1,65
Royal Gala	1,85
Conferencia	1,85
Starking o Similares	1,75
Melocotón Baby Gold, Amarillo	2,05
Merryl y Elegant Lady, Rojo	1,45
Otras Variedades	1,45
Melón Amarillo	1,35
Galia	1,70
Otras Variedades	1,90
Piel de Sapo y Similares	1,35
Naranja Navel	1,20
Navelina	1,25
Otras Variedades	1,25
Valencia Late	1,25
Nectarina Carne Amarilla	1,90
Carne Blanca	1,90
Nuez	4,95
Papaya Grupo Solo y Sunrise	1,00
Papayón (2-3 kg/ud)	0,99
Paraguayo Otras Variedades	2,05
Pera Conferencia	1,57
Ercolini / Morettini	1,75
Limonera	1,45
Otras Variedades	1,65
Piña Golden Sweet	3,45
Pistacho	9,25
Plátanos Canarias Primera	0,96
Canarias Segunda	0,75
Canarias Extra	1,13
Pomelo Amarillo	0,95
Rojo	1,00
Sandía con Semilla	0,96
Sin Semilla	0,95
Uva Blanca, Otras Variedades	2,45
Negra, Otras Variedades	2,20
Zapote	2,45
Frutas IV Gama	7,25
Resto de Frutas	0,95
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelgas Hojas Rizadas, Lyon	1,45
Ajo Blanco	2,35
Morado	3,25
Tierno o Ajete	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	0,95
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	0,78
Berros	1,45
Boniato o Batata	1,79
Brócoli, Brecol o Brócoli	1,45
Calabacín Blanco	1,05
Verde	0,35
Calabaza de Invierno	0,82
De Verano	0,80
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,62
Morada	0,89
Recas y Similares	0,35
Cebolletas o Cebolla Tierna	1,15
Col China o Pekinensis	0,95
De Bruselas	3,95
Lombarda o Repollo Rojo	0,85
Repollo Hojas Rizadas	0,47
Coliflor	1,35
Endivia	0,95
Escarolas Rizada o Frisée	0,88
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Roja	2,50
Verde	3,50
Guisante	2,95
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby	2,16
Verde Elda	3,95
Verde Otras Variedades	1,88
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,50
Maíz o Mollo	0,55
Nabo	0,75
Pepino Corto o Tipo Español	0,78
Largo o tipo Holandés	0,82
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,30
Otras Variedades	0,93
Rojo Lamuyo	0,97
Verde Italiano	2,16
Verde Padrón	2,37
Puerro	0,85

Rábano y Rabanilla	0,15
Remolacha Común o Roja	0,75
Seta Champiñón	1,95
Girgola o Chopó	2,20
Tomate Cherry	2,15
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	0,83
Liso Rojo Canario	1,00
Otras Variedades	0,35
Zanahoria o Carlota Nantesa	0,92
Jengibre	2,65
Ñame o Yame	2,95
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,55
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel)	Euros/kg
Blanca, Otras Variedades	0,70
Blanca Spunta	1,15
Otras Variedades	1,05
Roja, Otras Variedades	0,95

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 16 al 19 de junio de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	1,40
Cerezas	3,25-3,70
Fresones	2,75-2,60
Melocotones Rojos	1,30
Melón Piel de Sapo	1,50-1,30
Naranja Valencia Late	1,00
Nectarinas	1,40
Nísperos	1,50
Pera Sanjuanera	3,25-2,50
Sandías	0,55
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas	0,85-0,75
Calabacines	0,50
Cebollas	0,33
Judías Verdes Perona	2,50
Lechugas	0,41
Patatas Calidad	0,26
Pimientos Verdes	1,20-1,30
Tomate Maduro	0,65-0,60
Verde	0,75

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 15 al 21 de junio de 2020, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	0,80
Aguacate Fuerte	1,94
Hass	2,80
Otras Variedades	2,10
Albaricoque Bulida	1,90
Galta Roja	1,14
Mauricio	0,53
Moniquí	1,17
Otras Variedades	0,45
Breva Colar	3,15
Cereza Burlat	4,53
Picota	6,00
Start Hardy Giant (Starking)	1,84
Ciruela Angeleno (Roja)	1,11
Golden Japan y Songold, Amarilla	0,80
Otras Familia Black, Roja	1,48
Otras Variedades	1,91
Santa Rosa, Roja	1,51
Coco Otras Variedades	1,10
Dátil Deglet Nour	4,50
Medjoul	11,25
Fresón Ventana	2,80
Higo y Breva, Otras Variedades	3,94
Kiwi Kiwigold	4,90
Pulpa Verde	3,56
Lima Mejicana (ácida)	2,04
Otras Variedades	0,50
Persian (Ácida)	2,04
Limón Otras Variedades	0,40
Verna	0,60
Mango Otras Variedades	4,93
Tommy Atkins	1,30
Manzanas Fuji	1,90

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 24, del 9 al 15 de junio de 2020, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>		
Satsumas Clausellina / Okitsu	0,28-0,33	Alicante
Clausellina / Okitsu	0,17-0,24	L. Valencia
Iwasaki	0,28	Alicante
Owari	0,24	Alicante
Clementinas Arrufatina	0,38-0,40	Alicante
Arrufatina	0,28-0,36	L. Valencia
Clemenules	0,24-0,28	Alicante
Clemenules	0,28-0,32	L. Valencia
Marisol	0,28-0,35	Alicante
Marisol	0,30-0,34	Valencia
Marisol	0,23-0,36	L. Valencia
Mandarinas Clemenvilla	0,24-0,33	Alicante
Clemenvilla	0,25-0,34	L. Valencia
Naranjas Navelina	0,24-0,26	Alicante
Navelina	0,17-0,23	Valencia
Navelina	0,19-0,25	L. Valencia
Limón Verna	0,40-0,50	Alicante
FRUTAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Albaricque Mitger	0,80-0,90	Alicante
Cereza Starking	2,62-3,00	Alicante
Ciruela Tipo Black	0,65-0,85	Valencia
Higo Brevia	2,09-2,25	Alicante
Melocotón Temprano	0,45	Valencia

Paraguay	0,45-0,55	Valencia
Nectarina Amarilla	0,45-0,55	Valencia
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,45-0,50	Alicante
Ajo Puerro	0,50-0,58	Castellón
Apio Verde	0,15-0,34	Alicante
Berenjena Negra	0,50	Valencia
Rayada	0,34-0,56	Alicante
Rayada	0,64-0,68	Castellón
Rayada	0,70-0,88	Valencia
Boniato Rojo	0,68-0,69	Alicante
Calabacín	0,19-0,43	Alicante
	0,40-0,55	Castellón
	0,30-0,53	Valencia
Blanco	0,51-0,55	Castellón
Cebolla Babosa	0,30-0,39	Alicante
Babosa	0,23-0,26	Castellón
Tierna (manejo 3 uds.)	0,52	Alicante
Tierna (manejo 3 uds.)	0,35	Castellón
Col Lombarda	0,20-0,25	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,09-0,18	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,30	Castellón
Repollo Hoja Rizada	0,20-0,33	Castellón
Coliflor Blanca	0,85-1,70	Castellón
Escarola Hoja Rizada	0,33-0,40	Alicante

Judías Blancas	2,55-2,98	Castellón
Rojas	2,13	Castellón
Rojas	1,98-2,20	Valencia
Verdes Perona	1,40-2,55	Castellón
Lechuga Maravilla	0,28-0,43	Castellón
Romana	0,22-0,28	Castellón
Trocadero	0,47	Castellón
Patata Blanca	0,09-0,39	Alicante
Blanca	0,12-0,34	Castellón
Blanca	0,09-0,13	Valencia
Roja	0,15-0,18	Castellón
Pepino Blanco	0,37-0,65	Alicante
Blanco	0,77	Castellón
Negret	0,50-0,77	Castellón
Pimiento California Amarillo	0,70	Alicante
California Rojo	0,72-0,80	Alicante
California Verde	0,65-0,81	Alicante
Dulce Italia	0,52-0,95	Alicante
Dulce Italia	0,62-0,70	Valencia
Industria	0,07-0,35	Alicante
Lamuyo Rojo	0,40-1,05	Alicante
Lamuyo Verde	0,30-1,07	Alicante
Tomate Acostillado	0,60-1,98	Alicante
Daniela	0,34-0,43	Alicante
Daniela	0,40-0,50	Castellón
Pera	0,52-0,60	Alicante

Pera	0,55-1,02	Castellón
Pera	0,50-0,88	Valencia
Redondo Liso	0,60-0,86	Alicante
Redondo Liso	0,64-1,25	Castellón
Redondo Liso	0,70-1,14	Valencia
Valenciano	1,95-2,13	Castellón
Valenciano	1,32-1,76	Valencia
Zanahoria	0,16	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	3,51-3,61	Alicante
Comuna	3,40-3,55	Castellón
Largueta	3,71-3,81	Alicante
Marcona	5,01-5,11	Alicante
Marcona	4,95-5,00	Castellón
Planeta	3,51-3,61	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada almacén. Cotización más frecuente)</i>		
Aceite Oliva Virgen 0,8°-2°	1,85-2,00	Castellón
Oliva Virgen Extra	2,10-2,30	Castellón
Garrofa Entera	0,59-0,71	Castellón
Miel Azahar	3,00-3,40	Castellón
Milflores	2,50-2,65	Castellón
Romero	3,00-3,40	Castellón

Americano o Banana	0,70
Macho	0,95
Pomelo Rojo	0,90
Sandía con semilla	0,45
Sin semilla	0,55
Uva sin semillas, Blanca	1,80
Tamarindo	1,80
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas, Verde	0,55
Ajo Blanco	2,00
Tierno o Ajete	2,40
Morado	2,70
Otras Variedades	2,10
Alcachofa Blanca Tudela	1,25
Violeta	1,25
Otras Variedades	1,50
Apio Verde	0,50
Amarillento	0,55
Berenjena Morada	0,70
Otras Variedades	0,55
Boniato o Batata	0,80
Brócoli/Brecol	1,00
Calabacín Verde	1,10
Blanco	1,15
Calabaza de Verano	0,65
De Invierno	1,00
Otras Variedades	0,60
Cebolla Grano de Oro / Valenciana	0,35
Babosa	0,25
Morada	0,45
Blanca Dulce de Ebro	1,10
Tierna o Cebolleta	0,75
Chirivía	0,90
Col Repollo Hojas Rizadas	0,65
Lombarda o Repollo Rojo	0,50
Coliflor	1,10
Endivia	2,00
Escarola Rizada o Frisée	1,80
Lisa	1,80
Espárrago Verde o Triguero	2,80
Espinaca	0,90
Judía Verde Fina	4,50
Verde Bobby	3,80
Verde Perona	2,40
Lechuga Romana	0,45
Iceberg	0,50
Cogollo	0,70
Hoja de Roble	1,45
Lollo Rosso	1,45
Otras Variedades	0,30
Nabo	0,90
Pepino Corto o Español	0,95
Perejil	0,75
Pimiento Verde Italiano	0,90
Rojo Lamuyo	0,80
Verde Padrón	1,50
Puerro	0,80
Rábano y Rabanilla	1,40
Remolacha Común o Roja	0,55
Seta Champiñón	1,80
Girgola o Chopo	2,90
Tomate Liso / Daniela/Long Life /	
Royesta	0,70
Rojo Rama	0,65
Rojo Pera	0,80
Cherry	1,15
Liso Verde Rambo	0,80
Liso Rojo Canario	0,70
Verde Mazarrón	0,80
Asurcado Verde Raf	1,75

Kumato	1,75
Muchamiel	1,25
Otras Variedades	0,65
Zanahoria o Carlota en Rama	0,65
Carlota Nantesa	0,45
Jengibre	2,40
Ñame o Yame	1,10
Tamarillo Otras Variedades	2,20
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,15
Hortalizas IV Gama	3,40
PATATAS	Euros/kg
Nuevas	0,40
Blanca Spunta (Granel)	0,40
Roja Otras Variedades (Granel)	0,40
Granel: Saco industrial Úbeda o malla Rachel (s/cliente) de 15, 20 ó 25 kg. Envase retornable. Confeccionada: Lavada y embolsada en distintos formatos.	

Mercavalència

Información de precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 16 al 19 de junio de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	1,25-2,00
Cerezas	3,00
Fresones	1,80-3,25
Melocotones Rojos	0,80-0,75
Melón Piel de Sapo	1,00-1,25
Naranjas Valencia Late	0,70-1,00
Nectarinas	1,00-1,25
Nísperos	1,25-1,75
Pera Sanjuanera	2,50-2,25
Sandías	0,70-0,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas	0,60-0,70
Calabacines	0,50-0,55
Cebollas	0,20-0,30
Judías Verdes Perona	2,75-2,25
Lechugas	0,30
Patatas Calidad	0,25
Primor	0,75
Pimientos Verdes	0,80-0,95
Tomates Maduros	0,40
Verdes	0,80

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 19 de junio de 2020, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.)	1,35
Coco	0,85
Granada	0,75
Kivi	1,20
Limón	0,90
Manzana Royal Gala	0,90
Golden	0,65
Melón Galia	0,90
Melocotón	1,20
Nectarina	0,85
Naranja	0,95
Pera	0,65
Conferencia	0,75
Piña	1,10
Plátano de Canarias	0,95
Papaya	1,55
Pomelo	0,65

VERDURAS Y HORTALIZAS Euros/kg

Boniato Rojo	1,30
Otras Variedades	0,85
Calabacín	1,55
Cebolla Blanca	1,60
Dulce	0,82
Cogollos	0,70
Guindilla	1,35
Jengibre	2,70
Judía	1,50
Espárrago	1,10
Patata	0,42
Nueva	0,49
Pimiento Verde Italiano	0,80
Padrón	2,40
Remolacha	0,50
Tomate Daniela	0,70
Pera	0,85
MM Raf	0,70
OTROS	Euros/kg
Almendra	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California	1,40

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 18 de junio de 2020. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa rama campo 1ª	158,00
Rama campo 2ª	122,00
AVENA	
Avena Blanca	151,00
Rubia	151,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada Pienso -62 kg/hl	137,00
Pienso +62 kg/hl	142,00
CENTENO	
Centeno	163,00
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	173,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo Duro Proté=13%	234,00
Duro Proté=12%	229,00
Extensible Chamorro	210,00
Forrajero	182,00
Gran Fuerza w 300	204,00
Media Fuerza w -300	193,00
Panificable	185,00
Triticales	171,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	201,00
Yero Grano	188,00

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 16 de junio 2020. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	185,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	163,00
CENTENO	
Centeno	165,00
COLZA	
Importación 34/36%	248,00
GARROFA	

Harina	215,00
Troceada	225,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	179,00
GIRASOL	
Girasol Importación 34%	218,00
Semillas de Girasol	355,00
Torta de Girasol	226,00
MAÍZ	
Importación	172,00
Importación CE	180,00
MUJO	
Importación	475,00
SOJA	
Harina Soja Import. 47%	319,00
Harina Soja Nacional 47%	319,00
Salvados de Soja	153,00
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	162,00
Forrajero	192,00
Panificable, mín. 11	196,00
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
ALMENDRAS	
Común 14 mm.	5.950,00
Largueta 12/13 mm.	6.000,00
Largueta 13/14 mm.	6.500,00
Marcona 14/16 mm.	8.400,00
Marcona 16 mm.	8.700,00
AVELLANAS	
Negreta, en grano	6.500,00
PIÑÓN	
Castilla	71.000,00
Cataluña	70.500,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
ALUBIAS	
Importación Michigan	1.200,00
Pinta Bañeza	1.500,00
Planchet Bañeza	2.520,00
Carillas	1.285,00
GARBANZO	
Import. Méjico	1.550,00
Import. Méjico	1.300,00
Import. Méjico	1.195,00
Import. USA	1.150,00
Import. USA	1.020,00
LENTEJAS	
La Mancha 6/7 mm	935,00
Import. USA Par.	970,00
Import. USA Reg.	845,00
Salamanca Gigant	1.197,00
GUISANTE	
Forrajero	220,00
ACEITE	
Crudo Palma	593,00

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios del día 18 de junio de 2020. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo TD1	244,00
Grupo TD2	238,00
Grupo TD3	232,00
Grupo TD4	226,00
TRIGO BLANDO	
Grupo TB3	177,00
Grupo TB4	174,00
Grupo TB5	174,00

OTROS PRODUCTOS		
Triticale	168,00	
Cebada	140,00	
Avena	142,00	
Maíz	173,00	
Habas		

MERCADOS NACIONALES

Lonja de Tortosa

Información de precios agrarios del 8 de junio de 2020 facilitados por la Lonja de Contratación de Tortosa. (Últimos precios recibidos).

CEREALES	Euros/Tm
Avena	224,00
Cebada	198,00
Sorgo Importación	214,00
Trigo	230,00
Maíz Nacional	202,00
Importación	200,00
Alfalfa	216,00
Precios peso bruto por neto sobre Tortosa.	
ARROCES	Euros/Kg
Blanco "Bahía" Extra	0,640
Con cáscara "Bahía"	s/c
Medianos de arroz corrientes	0,300
Medianos de arroz grandes	0,330
Precio sobre fábrica del Baix Ebre.	
COMBUSTIBLES	Euros/Kg
Cáscara de almendra, sin rectificar	0,07
ACEITES	Euros/Tm
Oliva Virgen Extra	2.150,00-2.200,00
Oliva Virgen	1.800,00
Oliva Lampantes	1.550,00
Refinado de Oliva	1.700,00
Refinado de Girasol	780,00-800,00
Orojo de 10°	700,00
Orojo Refinado	980,00
Girasol Alto Oleico 80%	980,00
Oliva Virgen	
Extra Ecológico	2.800,00-3.000,00
Precios según calidades y procedencias, sobre almazara los aceites vírgenes de oliva; y sobre refinería Tortosa, los refinados.	

Lonja de Zamora

Información de precios de la Mesa de Cereales del 16 de junio de 2020 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	180,00
Cebada	151,00
Alfalfa Empacada	147,00

Generalitat Calalunya

Evolución semanal de precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas y hortalizas, del 15 al 21 de junio de 2020, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

FRUTAS	Euros/Kg
Mercollida (Semana 25)	
MANZANAS	
Golden I, 70 i +	0,43
PERAS	
Conference 60 i +	0,90
MELOCOTONES	
Amarillo B (61-67)	55,00

Plano B (61-67)	75,00
NECTARINAS	
Amarilla B (61-67)	75,00
HORTALIZAS Euros/Kg	
Tarragona (Semana 25)	
Acelga	0,43
Calabacín	0,33
Judía Plana	1,02
Puerro	0,49
Tomate	0,36

El Llobregat (Semana 24)

Acelga	0,45
Brócoli (unidad)	0,90
Calabacín	0,45
Pepinos	0,45
Col (unidad)	0,50
Coliflor (unidad)	0,90
Lechuga Romana (unidad)	0,45
Trocadero (unidad)	0,45
Judías Verdes Perona	4,00
Zanahoria	0,60
Tomate Híbrido	0,70

El Maresme (Semana 24)

Apio (unidad)	0,50
Acelga (manojos)	0,50
Calabacín	0,45
Cebolla Tierna (manojos)	0,80
Col Hoja Lisa (unidad)	0,50
Lechuga Romana (unidad)	0,50
Hoja Rizada (unidad)	0,50
Espinaca	0,60
Perejil (manojos)	0,40
Zanahoria (manojos)	0,50
Rábano (manojos)	0,30
Tomate Híbrido	0,80
(Las semanas corresponden a los días que se fijan los precios, independientemente de su vigencia)	

Lonja de Valencia

Información de los precios de la Mesa de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 15 de junio de 2020.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina, en árbol	0,212-0,282
SUBGRUPO BLANCAS	
Salustiana,	
casi sin operaciones	0,212-0,235
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
SUBGRUPO SATSUMAS	
Okitsu, pocas operaciones	0,188-0,270
SUBGRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós y Basol,	
pocas operaciones	0,353-0,470
Oronules, pocas operaciones	0,470-0,564
Marisol, en árbol	0,259-0,400
Miuro, pocas operaciones	0,235-0,329
Arrufatina,	
pocas operaciones	0,306-0,400

Clemenules y Orogrande,	
pocas operaciones	0,259-0,353
SUBGRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla,	
pocas operaciones	0,282-0,376
NOTA: Se mantiene el interés por las compras, aunque no se concretan las operaciones en la misma proporcionalidad.	

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 18 de junio de 2020.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva, disponible Valencia	360,00-365,00
J. Sendra, disp. Valencia	360,00-365,00
Monsianell, disp. Valencia	360,00-365,00
Fonsa, disp. Valencia	360,00-365,00
Bomba, disp. Valencia	750,00-790,00
Precios según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado, disp. Valencia	610,00-620,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disp. Valencia	630,00-650,00
Guadamar Extra,	
disp. Valencia	680,00-700,00
Largo Índica, disp. Valencia	590,00-600,00
Precios por tonelada a granel.	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro, disponible Valencia	175,00-180,00
Medianos Corrientes, Val.	300,00-310,00
Medianos Gruesos, disp. Val.	330,00-340,00
CEREALES-LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Maíz Importación,	
disponible Puerto Valencia	179,00
Semilla Algodón,	
destino Valencia	290,00-295,00
Trigo Pienso de Importación,	
disponible Puerto Valencia	190,00
Precios por tonelada a granel.	
TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona	313,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona	323,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona	155,00
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia	120,00
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida	175,00-180,00
14% prot., Aragón/Lérida	155,00-160,00
B. Balas s/calidad A./Lér...	180,00-210,00
Harina Girasol Alta proteína (28%),	
disponible Andalucía	174,00-175,00
Harina Girasol Alta proteína (36%),	
disponible Tarragona	218,00-219,00
Harina de Colza,	
disponible Puerto de Castellón	265,00
Gluten Feed,	
disponible Valencia	185,00-187,00

Bagazo de Maíz,	
disponible Valencia	219,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona	182,00-183,00
Import. disp. Andalucía	184,00-185,00
Pulpa Seca de Naranja,	
disponible Sagunto	171,00
Salvado de Trigo Cuartas, disp. Val.	168,00
Hojas, destino Valencia	225,00
Precios por tonelada a granel	
GARROFAS Y DERIVADOS	Euros/Tm
Variedad Matalafera y similares	
(Casi sin existencias)	
Troceada sin Harina	230,00-250,00
Precios por tonelada a granel	
Garrofin, sin existencias	
LEGUMBRES	Euros/Tm
Disponible origen	
ALUBIAS	
Redonda Manteca	2.100,00
Pintas Granberry	1.700,00
Canellini Argentina 170/100	1.400,00
Great Northen	1.100,00
Blackeyes	1.550,00
Negras	1.400,00
Garrofon	2.200,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46	1.600,00
Nuevos 34/36	1.950,00
Nuevos 50/52	1.500,00
LENTEJAS	
Lisa Regulars	1.250,00
Laird Canadá	1.150,00
Stone	850,00
Pardina Americana	1.050,00
Precios euros/t. en mercancía envasada.	
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11, disp. origen	2.000,00
Chino 11/13, disp. origen	1.900,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Origen Argentina 38/42	
disponible Valencia	1.800,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia	9.700,00
Largueta 13/14 mm, Valencia	8.500,00
Precios tonelada, en mercancía envasada.	
Marcona prop, Valencia	Sin operaciones
Largueta prop, Valencia	Sin operaciones
Comuna prop., Valencia	Sin operaciones
Comuna Ecológica, Valencia Sin operaciones	
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm,	
disponible Valencia	9.500,00
PATATAS	Euros/Tm
Agria Nueva, disponible Valencia	360,00
Lavada, origen España, disp. Val.	350,00
Nueva de Cartagena, disp. Val.	320,00
Nueva de Valencia, disp. origen	260,00
Precios según orígenes y calidades, envasada a 25 kgs.	

CEBOLLAS	Euros/Tm
Variedad Spring, disponible origen	
calibres 1 al 6, en campo... 80,00-140,00	

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, percibidos por el agricultor, del 8 al 14 de junio de 2020, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euros/Tm
Maíz (salida almacén en origen)	17,20
Las lluvias intermitentes de la semana y unas temperaturas por debajo de lo normal retrasan el comienzo de la cosecha de cereales de invierno en nuestra comunidad. Una circunstancia desfavorable en cuanto que puede afectar negativamente a la calidad del grano y fomentar el repunte de las malas hierbas.	
FORRAJERAS	Euros/Tm
Heno de Alfalfa	12,50
CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón, Granel (Pie Cortado)	2,20
Bandeja (Pie Cortado)	2,40
Industria 1ª Raíz	0,81
Industria 2ª (Pie Cortado)	0,78
Seta Ostra, Granel	2,30
Ostra Bandeja	2,60
Seta Shii-Take, Granel	4,00
HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla (Invernadero)	1,00
Borrajá con Hoja Sucia	0,90
Lechuga Rizada (doc)	2,70
Cogollos	2,10
Repollo Hoja Rizada	0,27
Coliflor de Primavera (doc)	18,00
Cebolleta (3 uds)	0,80
Alubia Verde Fresco	2,25
Pocha	3,75
Tomate Redondo 1ª	0,80
Pepino Corto	0,60
Pimiento Verde Cristal	2,20
FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO MELOCOTÓN	
Albaricoque	0,80
CEREZAS	
24-26 mm	1,55-1,75
26-28 mm	1,60-2,20
28-30 mm	2,45-2,65
30+ mm	3,50-3,80
ALMENDRAS CÁSCARA	Euros/Kg
Común	0,66
Largueta	0,82
Marcona	1,08
Floración Tardía	1,16
Ecológica	1,87
NOTA: Los precios percibidos se obtienen mediante encuestas a diferentes actores de los sectores, agricultores, almacenistas, industrias y lonjas de referencia. En todos los casos, los precios indicados son brutos.	

LEGISLACIÓN

La UE modifica los límites máximos de determinados residuos de plaguicidas en alimentos y piensos

La Unión Europea ha modificado la normativa relativa a los límites máximos de residuos de determinados residuos de plaguicidas en alimentos y piensos de origen vegetal y animal, según el Diario Oficial de la UE (DOUE). Un reglamento de la Comisión Europea, publicado este viernes (19 de junio) en el DOUE, modifica dos anexos de un reglamento del Parlamento y del Consejo por lo que respecta a los límites máximos de residuos de ciertas sustancias en distintos productos.

Concretamente, se refiere a los de ciantraniliprol, ciazofamida, ciprodinilo, espinetoram, fenpiroximat, fludioxonil, fluxaproxad, imazalil, isofetamida, cresoximmetilo, lufenurón,

mandipropamid, propamocarb, piraclostrobina, piriofenona y piriproxifeno.

El reglamento toma en cuenta los nuevos límites máximos de residuos aprobados en julio de 2019 por la Comisión del Codex Alimentarius, encargada de dictar normas alimentarias a nivel internacional.

FERTILIZANTES

El Consejo de Ministros aprobó el 16 de junio, a propuesta del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, una nueva norma sobre comercialización de los fertilizantes en la Unión Europea, para incluir en la legislación vigente las últimas disposiciones del Reglamento UE en la materia.

Se introducen así algunos requisitos como la designación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación como "autoridad notificante", responsable de establecer y aplicar los procedimientos necesarios para la evaluación de los fertilizantes, de forma que cumplan lo establecido en el Reglamento comunitario y puedan incluir la marca CE en los productos que se comercialicen en la Unión Europea.

También se especifican las condiciones que deben cumplir los organismos que desempeñan las actividades de evaluación sobre el cumplimiento de los preceptos del Reglamento UE y se designa a la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC)

como organismo que evaluará y hará el seguimiento de las entidades que certifiquen la conformidad de los abonos UE.

La norma aprobada no afecta la vigencia del Real Decreto 506/2013, de 28 de junio, sobre productos fertilizantes, que tiene por objeto establecer la normativa básica en materia de productos fertilizantes nacionales y las normas necesarias de coordinación con las comunidades autónomas.

PAC

La Comisión Europea ha revisado el porcentaje de ajuste para asignar los importes de los pagos directos de las ayudas de la Política Agraria Común (PAC) que superen los 2.000 euros de

2020. En concreto, se reduce, aplicándoles un porcentaje del 2,140411%, según ha publicado este lunes (22 de junio) el Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE) en un Reglamento de Ejecución. Esa reducción no se aplicará a Croacia.

La normativa indica que debe fijarse un porcentaje de ajuste de los pagos directos cuando las previsiones para la financiación de las medidas financiadas en el marco de este sublímite para un ejercicio determinado indiquen que se van a superar los límites máximos anuales aplicables.

El reglamento recuerda que las previsiones preliminares para los pagos directos y los gastos relacionados con el mercado para el ejercicio financiero 2021 indican la necesidad de disciplina financiera por un importe de 647,2 millones de euros, que incluye un importe para la reserva para crisis en el sector agrícola de 487,6 millones a precios corrientes.

Para cubrir dicho importe, el mecanismo de disciplina financiera debe aplicarse a los pagos directos en lo que respecta al año 2020.

La nueva generación de aguacates de Eurosemillas será más rentable y ampliará el calendario del Hass

La Universidad de California Riverside y Eurosemillas han suscrito un nuevo acuerdo para desarrollar y explotar una nueva y revolucionaria generación de aguacates

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Universidad de California Riverside (UCR) y Eurosemillas han suscrito un nuevo acuerdo para desarrollar y explotar una nueva y revolucionaria generación de aguacates más rentables, con un calendario de recolección ampliado en, al menos, dos meses. Los nuevos patrones seleccionados permitirán también extender las zonas aptas de cultivo y facilitarán la introducción de sistemas intensivos de producción.

“No aspiramos a rivalizar con la variedad de mayor éxito —Hass— sino todo lo contrario, a generar más valor en torno a ella para así responder a la demanda mundial, que sigue creciendo anualmente en porcentajes de dos dígitos”, señala Javier Cano, director de Desarrollo de Eurosemillas.

Para ello la compañía española ha invertido 2,25 millones de dólares en el programa de obtención de la UCR, que tiene más de 70 años de historia y que cuenta

Patrones adaptados al cambio climático

La base del programa que se está implementando se centra en buscar las mejores combinaciones patrón/injerto. Así, se han obtenido pies que son resistentes al principal problema agronómico de este cultivo —la podredumbre causada por la Phytophthora— así como a unas condiciones de salinidad, sequía y calor; que se sabe que empeorarán previsiblemente con el cambio climático. Los cinco patrones escogidos posibilitarán que el aguacate pueda explotarse en zonas donde hasta ahora se adaptaba con dificultad, ampliando en el caso español la superficie de cultivo más allá de Málaga o Granada y permitiendo su consolidación en otras —hoy solo incipientes— como la Comunidad Valenciana, Cádiz o Huelva/sur de Portugal.

Los árboles resultantes de estas variedades y patrones son de crecimiento más vertical, corte más erecto y de menor vigor; lo que facilitaría, a su vez, marcos de plantación reducidos y con ello sistemas de producción más intensivos y rentables, con mejor aprovechamiento de los recursos. ■

Las nuevas variedades ampliarán el calendario de recolección en al menos dos meses

con una de las mejores colecciones de germoplasma de aguacate del mundo y dedicará otros tres millones al desarrollo de cuatro variedades y cinco patrones. Tal esfuerzo posibilitará que, por primera vez en los 31 años de colaboración entre sendas entidades, las nuevas obtenciones se comercialicen en Europa, Sudamérica o Sudáfrica al mismo tiempo que en EEUU.

Efectivamente, durante las últimas tres décadas, el mercado internacional del aguacate se ha multiplicado por 2,5 y el consumo per cápita se ha cuadruplicado. Buena parte del éxito de este, considerado por muchos, ‘superalimento’ se debe a la consolidación de la variedad Hass, surgida precisamente en California. Su amplia aceptación ha fortalecido la demanda de frutos de piel negra y rugosa en relación con aquellos de cáscara verde y lisa, que son minoritarios y menos valorados. La apuesta conjunta de la UCR y Eurosemillas por este tipo de aguacate ya fructificó en una segunda variedad de éxito, el Lamb Hass, que extiende el periodo de recolección actual del Hass a mayo y junio.



Trabajando con plantas de aguacate en el laboratorio Manosalva de la Universidad de California Riverside. / EUROSEMILLAS

El programa ha seleccionado patrones resistentes a la phytophthora y otros adaptados a tierras salinas o a la sequía

Los patrones seleccionados permitirán ampliar las zonas aptas para este cultivo e introducir sistemas intensivos de producción

El acuerdo permitirá disfrutar de las nuevas obtenciones al resto del mundo al mismo tiempo que en EEUU

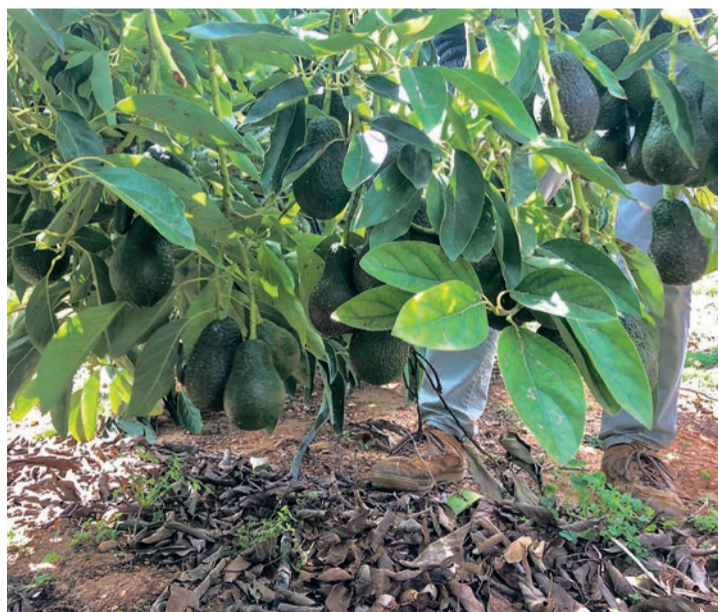
■ NUEVAS VARIEDADES

El nuevo material que se ha seleccionado, y que ya ha comenzado a plantarse en California y en Europa, tiene objetivos mucho más ambiciosos y permitirá su-

perar casi todas las limitaciones agronómicas y comerciales que este tipo de aguacate aún hoy presenta.

Todas la variedades escogidas por Eurosemillas son más productivas que el propio Hass. Dos de ellas —una más precoz y otra más tardía— ampliarán su periodo de recolección otros dos meses, lo que posibilitará que la oferta global de este tipo de aguacate pase, con volúmenes más destacados, de 5/6 meses en cada hemisferio a 7/8 meses al año. Una tercera variedad seleccionada, de frutos algo más pequeños pero igual de carnosos y de un sabor espectacular, parece llamada a comercializarse como producto ‘gourmet’, con una venta al consumidor por unidades.

El cuarto aguacate escogido es un polinizador (‘flor de tipo B’), que reforzará ese carácter complementario con Hass y que permitirá incrementar su rentabilidad en porcentajes superiores al 10%. Se trata de una variedad que cumple con el mismo papel polinizador que tienen otras usadas fundamentalmente para este fin (como Bacon o Fuerte). Su factor diferencial: al contrario que estas, son del mismo tipo y condición que el Hass, sus frutos no se devalúan, tienen pues un alto valor comercial y se pueden cosechar en la misma época.



La nueva generación de aguacates de Eurosemillas se ajustan al gusto por la variedad dominante, el Hass, pero mejoran y amplían su oferta. / EUROSEMILLAS

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-FRUITS, 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



DESINFECCIÓN

LA MEJOR FORMA DE PREVENIR

GAMA

DESINFECCIÓN

Una gama completa y versátil que nos permite adaptar el uso en función de las necesidades de desinfección. Soluciones eficaces, sencillas y cómodas.



DESINFECTANTES LÍQUIDOS

- OXA-BIOCID ECO
- STERIBOX-AC
- STERIBOX-GAC
- GREENCARE-PH
- OXYPURE-BIO



DESINFECTANTES FUMÍGENOS

- FRUITFOG-AC
- FUMICROB

Somos tu socio 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