

valencia fruits

21 de julio de 2020 • Número 2.904 • Año LVIII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



El notable descenso de la exportación de frutas y hortalizas en el mes de mayo se debió, en gran medida, al incremento del consumo nacional por el coronavirus. / ARCHIVO

La exportación hortofrutícola española desciende en mayo

La comercialización exterior disminuyó un 16% en volumen y un 5% en valor

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La exportación española de frutas y hortalizas frescas descendió en mayo un 16% en volumen y un 5% en valor con relación al mismo mes del año anterior, totalizando 1 millón de toneladas y 1.426 millones de euros, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. Según Fepex, esta caída se debió en gran medida al incremento del consumo en el mercado nacional impulsado por el coronavirus.

La exportación de frutas disminuyó en mayo un 15% con relación a 2019, totalizando 678.152 toneladas, mientras que el valor se redujo un 10%, situándose en 1.004 millones de euros. En volumen descendieron cítricos, melón, sandía y frutos rojos, pero no así en valor. Las ventas de sandía, la fruta más exportada, cayeron un 10% en volumen, totalizando 148.724 toneladas, mientras que

el valor obtenido creció un 41% alcanzando 112 millones de euros. La exportación de melón se redujo un 13% en volumen, situándose en 48.819 toneladas, mientras que el valor creció un 15%, elevándose a 53,4 millones de euros.

En cuanto a los frutos rojos, la exportación de fresa se situó en 48.995 toneladas, la misma cantidad que en mayo de 2019, por un valor de 88 millones (+7%). El arándano se exportó un 21% menos, totalizando 21.664 toneladas y 121 millones de euros (+4%); mientras los envíos de frambuesa se redujeron un 14% con 9.924 toneladas, bajando también el valor un 7% hasta 66 millones de euros.

La exportación de hortalizas en mayo se redujo en volumen un 16,5% y en valor un 6% con relación a 2019, totalizando 389.984 toneladas y 422 millones de euros. Descendieron los envíos de tomate con 38.805 toneladas (-29%) y

52 millones de euros (-21%); los de pimiento, con 33.796 toneladas (-24%) y 62 millones de euros (-11%) y los de lechuga, con 41.331 toneladas (-19%) y 39 millones de euros (+8%). Las coles registraron un notable descenso del volumen exportado, un 21% menos, totalizando 45.650 toneladas, pero el valor creció un 9%, situándose en 65 millones de euros (+9%).

En el acumulado de enero a mayo de 2020, las ventas de frutas y hortalizas al exterior sumaron 6,1 millones de toneladas, un 2% menos que en el mismo periodo de 2019, y 7.485 millones de euros (+11%). De la cifra global, 3 millones de toneladas correspondieron a hortalizas (-2,5%), por un valor de 3.406 millones de euros (+5%) y 3,1 millones de toneladas fueron frutas por un valor de 4.058 millones de euros (+16%).

Para Fepex, el notable descenso de la exportación de fru-

tas y hortalizas en el mes de mayo se debió, en gran medida, al incremento del consumo nacional impulsado por el coronavirus y el confinamiento en los hogares, y también al desarrollo negativo de algunas campañas como la cereza. Según datos del Ministerio de Agricultura, el consumo en el mes de mayo en los hogares creció. En la primera semana, del 27 de abril al 3 de mayo, la séptima después del confinamiento, el consumo de frutas y hortalizas en los hogares aumentó con relación a la misma semana de 2019 un 36,6% y el 44%. La siguiente semana, del 4 al 10 de mayo, aumentó un 37% en el caso de las hortalizas y un 26% en el caso de las frutas. La tercera semana del mes de mayo, del 11 al 14, se registró un crecimiento del 34% en el caso de hortalizas y 16,5% en el caso de frutas.



Esta semana

- 2 In memoriam Benilde Pascual, una luchadora
- 3 Argentina suspende el envío de limones a la UE
Marruecos lanza una nueva estrategia de desarrollo agrícola que prevé duplicar las exportaciones
- 6 "Cambio climático, plagas y soluciones 'verdes': el CRISPR". Artículo de Inmaculada Sanfeliu, presidenta del CGC
- 8 El Gobierno autoriza la liberación del parasitoides *Anagyrus aberiae* para hacer frente a la plaga de Cottonet de Sudáfrica
- 9 La campaña de uva de mesa murciana alcanzará una producción de 140.000 toneladas
- 10 Almudena Lázaro: "El IMIDRA conserva 30 muestras de variedades tradicionales de melón, 11 de ellas de Villaconejos"
- 11 La producción de limón española aumentará un 10% en la próxima campaña 2020-2021
- 12 El Centro de Experiencias de Cajamar en Paiporta presenta los resultados de 250 variedades hortofrutícolas

Melón y Sandía de La Mancha y Villaconejos

Publicación Fruits & dossier
Información elaborada por Nueva Redacción



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	8
Agrocotizaciones:	13
Legislación:	17
Noticias de empresas:	18



**FOMESA
FRUITECH**
Your postharvest partner since 1955

Excelencia en
productos postcosecha



Camí del Racó, 10 - Pol. Ind. Norte
46469 Beniparrell - Valencia (España) | T. +34 96 121 18 62
F. +34 96 121 41 13 | info@fomesafruittech.net
www.fomesafruittech.net

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 (DEP)
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:



Obituario

Benilde Pascual, una luchadora

Benilde Pascual, nuestra compañera desde 1986, nos dejó el pasado sábado 18 de julio tras meses de dura lucha contra una cruel enfermedad.

De carácter luchador y perseverante, su familia y Valencia Fruits eran el centro de su vida. En su faceta personal, Enrique, su marido, y Carlos y Amparo, sus hijos siempre aparecían en sus conversaciones denotando el profundo amor que sentía por ellos, con admiración en cada uno de sus logros y con toda la fuerza cuando aparecían los reveses que acompañan a toda vida. Siempre puso a su familia por delante, incluso cuando la prudencia la llamaba a atender más a esa maldita enfermedad que, finalmente, se la ha llevado.

Gran parte de los 34 años que Beni, como todos la conocíamos, ha estado en esta casa se ha dedicado a la gestión de publicidad, creando relaciones tan humanas con sus clientes que ha resultado especialmente difícil decirles a ellos que se ha ido porque para la mayoría, como para nosotros, se va también una amiga.

En el trabajo la veíamos hablar con sus clientes y nos dábamos cuenta de que los vínculos que había establecido con ellos iban más allá de lo profesional: siempre intentaba ayudarles, dar solución a sus necesidades y su capacidad para ponerse en su lugar era única. Estamos seguros de que ellos también



Con Jorge de la Concepción, compañero del área Comercial durante varios años. / ARCHIVO



En la imagen Benilde con Enrique, su inseparable compañero de vida. / ARCHIVO

la echarán mucho de menos. Cuando se han enterado de la triste noticia hemos recibido decenas de mensajes con muestras de afecto y de cariño que nos gustaría que llegasen a todos los que la van a echar de menos para reafirmarles en algo que ya sabían: Beni ha sido una persona muy querida. Y eso es lo mejor

que puede quedar de uno cuando se va.

En la redacción nada será lo mismo. Su tratamiento empezó unas semanas antes del confinamiento y nunca imaginamos que no fuese a volver. A nosotros nos queda ahora recoger sus cosas, seguir adelante y mantener el recuerdo de lo que aprendimos y vivimos con ella. Nunca nos perdonaría que no hiciéramos todo por este semanario que tanto quería.

Nuestro abrazo más grande va para esa familia que ahora se siente desamparada pero que saldrá adelante con fuerza y tesón porque saben es lo que Beni hubiese querido.

Beni, donde quiera que estés, tu familia, tus compañeros, tus amigos, tus clientes conservaremos siempre tu recuerdo. Y así no te irás nunca.

Descansa en paz.



En Fruit Attraction 2019, con los compañeros de Comercial y Redacción. / ARCHIVO



En las nuevas instalaciones de Valencia Fruits en 2017, junto a al resto de compañeros. / ARCHIVO

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Para Beni, compañera,
in memoriam

Luisfu

Agrocomercio

Argentina suspende el envío de limones a la UE

La suspensión llega tras interceptarse partidas con plagas como la Mancha negra

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Tras detectarse numerosas partidas de limones procedentes de Argentina con plagas, entre ellas la Mancha negra o la Cancrosis, la Asociación Citrícola del Noroeste Argentino (ACNOA), junto con el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), han decidido cesar las actividades de exportación con destino a la Unión Europea durante lo queda de campaña 2020.

El sector ya realizó una suspensión voluntaria de 15 días que empezó a regir el 1 de julio, mientras se recababa información y analizaban las intercepciones por Mancha negra (*Phyllosticta Citricarpa*) en lotes arribados a diferentes puertos de la Unión Europea, en particular de España.

Finalmente Argentina ha decidido dejar de exportar limones frescos a la UE durante todo lo que resta de campaña. "Teniendo en cuenta la incertidumbre generada por estos incidentes que derivaron en el rechazo de la mercancía, se consideró que no se daban las condiciones de seguridad y previsibilidad para retomar los envíos a la Unión Europea en lo que resta de la temporada", han explicado el SENASA y ACNOA en un comunicado oficial.



Argentina no exportará limón a la UE en lo que resta de campaña. / ARCHIVO

Según aclararon, en estos momentos el SENASA y las autoridades sanitarias europeas están "en permanente contacto para evaluar las causas de las intercepciones", mientras las actividades de certificación de exportación continuarán para los frutos cítricos dulces con destino al mercado europeo.

En España, La Unió denunciaba recientemente que entre mayo y junio se habían rechazado 39 partidas de limones argentinos por presencia de plagas como la Mancha negra o la Cancrosis. Según la organización agraria, en los seis primeros meses de este año, Argentina ha tenido un 86% más de inter-

ceptaciones de cítricos con plagas que en todo 2019.

La Asociación Citrícola del Noroeste Argentino señala en su comunicado oficial que la Mancha negra es una enfermedad causada por un hongo que se manifiesta por manchas de este color en la piel del fruto. No afecta la inocuidad del mismo para el consumo humano y la Unión Europea tiene exigencias respecto a la misma, dado que la consideran una plaga cuarentenaria por estar ausente en su territorio. "Esta plaga está presente en los principales países productores de cítricos del hemisferio sur", indican desde la entidad.

Desde ACNOA reconocen que esta decisión "tiene un fuerte impacto económico para nuestros productores y exportadores, como así también para nuestro país por los ingresos de divisas que dejará de percibir. Se abre ahora una etapa de investigación de las causas que nos llevaron a esta situación; y en este sentido, el sector es plenamente consciente de la necesidad de trabajar con el SENASA para mantener el mercado europeo e implementar las medidas necesarias que nos permitan cumplir con las altas exigencias fitosanitarias y de calidad que nos exigen la Comisión Europea y nuestros clientes".

Según los datos de la asociación, Argentina es el primer proveedor de limones frescos de la Unión Europea que es, a su vez, el principal mercado de exportación del país. Las cifras del INDEC reflejan en 2019 se exportaron 126.863 toneladas a este destino; es decir, un 54% del total exportado al mundo. Por otra parte, la participación argentina en el mercado europeo ronda el 25% del total. "Estimamos que unas 100.000 toneladas de limón argentino ya han ingresado al mercado de la UE desde el inicio de esta campaña en marzo de 2020 hasta la fecha", concluyen desde ACNOA.

► MARRUECOS

Lanza una nueva estrategia de desarrollo agrícola

► VF. REDACCIÓN.

Marruecos ha lanzado una nueva estrategia de desarrollo agrícola, bautizada como "Génération Green 2020-2030", con la que prevé mejorar el Producto Interior Bruto agrícola del país y duplicar la exportación en los próximos diez años, completando el Plan Marruecos Verde. También se está avanzando en modernizar la red de riego de las explotaciones agrícolas, en especial las de mayor valor añadido como las horticolas.

El Plan Marruecos Verde, puesto en marcha en 2008, "ha permitido la multiplicación del PIB-Agrícola y de las exportaciones agrícolas, así como el incremento de la inversión y la creación de empleo", según expuso el ministro de Agricultura, Pesca Marítima y Desarrollo Rural y Aguas y Bosques, Aziz Akhannouch. Es el momento de e implementar una nueva estrategia agrícola en base a dos grandes polos. "Por un lado, la valorización del elemento humano a través de la emergencia de una nueva clase media agrícola (350.000 o 400.000 nuevos hogares) y el nacimiento de una nueva generación de emprendedores a través de la valorización de un millón de hectáreas colectivas, así como la creación de 350.000 puestos de trabajo". El otro polo aborda el desarrollo de los sectores agrícolas para duplicar las exportaciones en 2030 y la mejora de la distribución alimentaria a través de la modernización de 12 mercados mayoristas y tradicionales.

Pretende modernizar la red de riego de las explotaciones agrícolas y en especial las de mayor valor añadido como las de productos horticolas. Avanzan los trabajos para la creación de una planta desaladora en Agadir, fruto del partenariat público privado.

Con una superficie de 20 ha, esta estación desaladora, situada a 40 km al sur de Agadir, en el Parque Nacional de Souss Massa, tiene entre sus objetivos autoabastecer el área de Agadir y asegurar el suministro de agua de riego a la llanura de Chtouka, (15.000 ha), una de las principales regiones horticolas de Marruecos. Esta área asegura más del 84% y del 65% de las exportaciones de horticolas y de cítricos.

Para Fepex, la nueva estrategia de desarrollo agrario en Marruecos, que pretende duplicar las exportaciones en los próximos 10 años, refleja la apuesta por una agricultura de exportación, centrada en frutas y hortalizas, y por la implementación de las medidas necesarias como el desarrollo de desaladoras para mejorar el riego. El incremento de la producción hortofrutícola exportable ahondará en el impacto negativo que ya están teniendo las producciones marroquíes sobre el sector español y comunitario.

Aragón dedica 4 millones a promocionar sus alimentos

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El Gobierno de Aragón ha convocado un concurso abierto para seleccionar a una agencia que diseñe, planifique y ejecute la primera gran campaña de posicionamiento de marca de los alimentos de esta Comunidad a nivel nacional.

En total se destinan cuatro millones de euros a la promoción, puesto que a los dos millones extraordinarios de la Estrategia para la Recuperación Social y Económica de Aragón para hacer frente a la crisis derivada del coronavirus, se le suman los otros dos millones ya asignados a dicha campaña.

Con este presupuesto extraordinario se pretende, por una parte, incrementar el número de referencias de productos aragoneses en el canal moderno de alimentación (hipermercados y supermercados) y, por otra, reactivar la demanda y aumentar la notoriedad de Aragón como productor. La propuesta deberá constar de

una campaña de comunicación de ámbito nacional que mejore la notoriedad de los alimentos de Aragón y un plan de mejora de la comercialización y de acciones PLV (publicidad en el lugar de venta) en el canal moderno.

El público objetivo de la promoción serán los responsables de compra en el hogar del territorio nacional, con especial atención a que dicha compra se realice en supermercados e hipermercados. También lo serán los aragoneses residentes fuera de la Comunidad Autónoma, por su condición de prescriptores fundamentales, así como los responsables de compra y prescriptores del canal de Alimentación.

La campaña deberá de llevar el lema "Comparte el secreto", el logo impulsado por el Departamento de Agricultura y Ganadería durante la pasada legislatura para buscar la notoriedad de los alimentos producidos en Aragón y favorecer su comercialización.

La promoción agroalimentaria cuenta ya en Aragón con diferentes acciones para el último cuatrimestre de 2020. Destaca el proyecto de la Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón, de construcción y dinamización de una experiencia multimedia en el punto de venta en cuatro hipermercados de Zaragoza capital (El Corte Inglés, Carrefour, Eroski y Alcampo), con un presupuesto de 500.000 euros.

Además, hasta final de año también se van a llevar a cabo proyectos y patrocinios con otros canales fundamentales como los hoteles y restaurantes, o con sectores de interés como el vino o las frutas.

El sector agroalimentario de Aragón es capaz de alimentar 10 veces a su población. Su capacidad productiva y de transformación ha permitido contribuir al crecimiento de la economía de la Comunidad, suponiendo el 10% del PIB y el 12% del empleo.



Alimentos de Aragón en la pasada edición de Fruit Attraction. / VF

La agroalimentación es un sector estratégico en la economía en Aragón, capaz de impulsar el desarrollo, atraer inversiones, vertebrar el territorio y generar empleo en el mundo rural. Concretamente, la agroindustria emplea a 15.600 personas en el territorio aragonés y aporta más de un 3,6% al PIB. Aragón exportó más de 1.975 millones de euros en productos agroalimentarios y bebidas en los primeros once meses de 2019, lo que supone un peso del 16% de las exportaciones totales de la Comunidad.

■ A 18 JULIO

Exportados 243.050.861 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2019/2020, a 18 de julio, se han enviado a países terceros, en exportación (242.446.761) y reexportación (604.099), un total de 243.050.861 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2018/2019, a 20 de julio de 2019, lo exportado eran 349.411.890 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 19/20		Campaña 18/19	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Albania	5.400			
Andorra	668.915		797.213	
Angola	99.555		210.870	
Arabia Saudita	12.615.988		26.467.992	
Argentina	621.629		2.252.381	
Armenia	59.315			
Australia	335.656		154.679	
Bahrain	192.840		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	353.940	73.901	523.114	64.405
Camerún	7.046		66.063	1.632
Canadá	49.715.501		66.071.360	
Chad	21.840			
China	9.271.919		43.594.014	
Colombia	513.148		575.628	
Congo (República)	14.676		42.030	
Corea del Sur	241.358		3.140.622	
Costa de Marfil	119.750	2.889	143.726	3.692
Costa Rica	1.168.344		1.347.187	
Curaçao	380.430		404.045	
Djibouti	11.160			
El Salvador	105.420		65.340	
Emiratos Árabes Unidos	9.986.061	100	18.143.557	
Estados Unidos	922.250		16.793.780	
Gabón	66.066	4.738	286.246	501
Gambia			6.272	
Ghana	44.969		68.086	
Gibraltar	344.619	12.917	275.355	11.032
Guatemala	168.840		24.840	
Guinea	1.981	1.439	16.921	
Guinea Ecuatorial	392.205	73.474	365.841	56.030
Honduras	110.232		249.626	
Hong-Kong	134.619		1.216.172	
India	1.086		480.935	
Indonesia			217.875	
Iraq			394.850	
Islandia	448.440		587.920	
Jordania	43.606	22.680	104.056	
Kazajistán	139.701	42	152.493	
Kosovo			19.733	
Kuwait	559.042		935.244	
Libia			84.852	
Macedonia	165.969		411.565	2.160
Malasia	1.955.179		3.044.974	
Maldivas	2.613			
Mali	77.173	25.566	181.417	16.861
Marruecos	37.976	120	126.212	24.546
Mauricio	23.625		24.430	
Mauritania	5.053	3.904	11.791	6.454
Moldavia	1.773.816	5.207	1.827.157	
Montenegro	40.652		40.909	
Nigeria	91.578		47.025	
Noruega	38.175.333	27.600	36.293.294	14.080
Omán	1.167.811		2.318.291	
Panamá	1.003.399		1.209.028	
Qatar	3.070.688		5.554.189	
Rep. Centroafricana	172.870	64.576	232.817	63.740
Rep. Demo. Congo	16.560		44.109	
Senegal	68.511	4.680	23.590	
Serbia	4.615.355	2	6.410.735	
Singapur	355.189		1.787.024	
Sri Lanka	41.633		42.624	
Sudáfrica	2.993.879		2.634.583	
Suiza	67.030.283	280.265	63.371.343	134.945
Togo	3.332		49.971	
Turquía			105.300	
Ucrania	3.478.741		3.586.235	3.220
Uruguay	267.423		409.938	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	39.875		13.142	781
Satsuma	1.769.191	9	1.894.505	
Clementina	43.898.629	4.808	61.105.007	3.255
Clementina con hoja	5.031.784		7.165.025	12
Clemenvilla	3.171.886	31	3.661.609	
Hernandina	418.931		1.874.377	
Fortuna			20.877	
Kara	660			
Ortanique	6.576.570		11.554.006	
Ellendale			4.462	
Otras mandarinas	8.432.089	9.068	7.561.562	4.296
Uso industrial			20.098	
Nadorcott	8.484.640	80	9.053.715	2.553
■ TOTAL MANDARINAS	77.824.255	13.996	103.928.384	10.896
Navelina	39.591.205	4.915	45.451.531	2.287
Navel	6.106.950	9.741	11.073.992	3.155
Navel Late	1.808.421	39.460	2.554.338	210
Lane Late	52.039.698	22	80.958.033	7.106
Salustiana	10.398.128	60	9.729.359	
Cadenera	166		2.146	
Sanguina	18.444		17.003	
Sanguinelli	493.725		417.964	
Valencia Late	7.234.854	62.166	10.409.971	30.602
Verna	7.442	39	18.911	2.233
Otras	2.491.929	80.324	9.264.873	109.080
Uso Industrial	922.455		1.130.499	
Navel Powel	8.770.600		27.128.268	
Barberina	237.880	3.513	1.291.816	
■ TOTAL NARANJAS	130.121.895	200.241	199.448.705	154.674
■ TOTAL LIMONES	31.511.338	366.773	42.807.861	188.902
■ TOTAL POMELOS	2.980.071	23.089	2.809.443	48.828

OPINIÓN

Una fiscalidad justa en Europa

Por GONZALO GAYO

En la víspera de la convulsa cumbre de los líderes europeos para la puesta en marcha de los fondos de recuperación celebrado este fin de semana, la Comisión Europea anunció un nuevo y ambicioso paquete fiscal para garantizar que la política tributaria de la UE respalde la recuperación económica de Europa y su crecimiento a largo plazo. El paquete de medidas se asienta sobre la equidad y la simplicidad, dos pilares que van de la mano. Una fiscalidad justa sigue siendo una de las prioridades fundamentales de la Comisión Europea, al tratarse de un medio de protección de los ingresos públicos que desempeñará un papel destacado en la recuperación económica de la UE a corto plazo y en su prosperidad a largo plazo.

El paquete de medidas adoptado pretende impulsar la equidad tributaria reforzando la lucha contra el abuso fiscal, poniendo coto a la competencia desleal en este ámbito y aumentando la transparencia fiscal, lo que puede haber escocido a Holanda. En paralelo, también se impulsa la simplificación de las normas y los procedimientos fiscales, con el fin de mejorar el entorno empresarial en toda la UE. Entre las medidas previstas en este contexto figura la de eliminar los obstáculos fiscales y las cargas administrativas que recaen sobre los contribuyentes en muchos sectores, de tal modo que a las empresas les resulte más fácil prosperar y crecer en el mercado único.

El Plan de Acción Fiscal presenta veinticinco medidas distintas para conseguir que la fiscalidad sea más sencilla, más justa y más acorde con la economía moderna en los próximos años. Esas medidas facilitarán la vida a los contribuyentes honrados, puesto que eliminarán obstáculos en todas las etapas, desde el registro, la información y el pago, hasta la verificación y la resolución de litigios. El Plan de Acción ayudará a los Estados miembros a aprovechar el potencial de los datos y las nuevas tecnologías para combatir

mejor el fraude fiscal, mejorar el cumplimiento y reducir las cargas administrativas.

La propuesta sobre cooperación administrativa amplía el ámbito de aplicación de las normas de la UE en materia de transparencia fiscal a las plataformas digitales, de tal modo que quienes ganen dinero mediante la venta de bienes o servicios en esas plataformas también paguen los impuestos que les correspondan. Esta nueva propuesta garantizará que los Estados miembros intercambien automáticamente información sobre los ingresos generados por las ventas en plataformas en línea. Además, refuerza y precisa las normas en otros ámbitos en los que los Estados miembros colaboran para combatir el fraude fiscal, por ejemplo, a través de auditorías fiscales conjuntas.

La comunicación sobre la buena gobernanza fiscal centra su atención en promover una fiscalidad justa y poner coto a la competencia fiscal desleal, tanto en la UE como a escala internacional. La Comisión propone a tal fin una reforma del Código de Conducta que aborda la competencia fiscal y combate las prácticas fiscales perjudiciales dentro de la UE. Además, propone mejoras en la lista de la UE de países y territorios no cooperadores a efectos fiscales, en la que figuran los países no pertenecientes a la UE que se niegan a respetar las normas acordadas a nivel internacional. Esta iniciativa ha incentivado hasta ahora la adopción de normas de buena gobernanza fiscal por parte de terceros países, pero aún queda mucho trabajo por delante. La comunicación también describe el planteamiento de la UE sobre la colaboración con los países en desarrollo en el área de la fiscalidad, en consonancia con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

El paquete fiscal adoptado la semana pasada es la primera parte de una agenda fiscal de la UE exhaustiva y ambiciosa para los próximos años. La Comisión trabajará también en un nuevo enfoque de la fiscalidad de las empresas para el siglo XXI que aborde los retos de la economía digital y asegure

que todas las multinacionales paguen los impuestos que les correspondan. En el contexto del Pacto Verde, la Comisión presentará propuestas para asegurar que la fiscalidad respalde el objetivo de la UE de alcanzar la neutralidad climática en 2050. El objetivo de este enfoque multifacético para reformar la fiscalidad de la UE es que la tributación sea más justa, más ecológica y más acorde con la economía moderna, y, de este modo, contribuya a un crecimiento a largo plazo sostenible e inclusivo.

Desde Bruselas señalan que los Estados miembros deben asegurar los ingresos fiscales para invertir en las personas y las empresas que más lo necesitan. Al mismo tiempo, debemos eliminar los obstáculos fiscales y hacer que a las empresas de la UE les resulte más fácil innovar, invertir y crecer. “El paquete fiscal nos lleva en la dirección correcta, pues contribuye a que la fiscalidad sea más justa, más sencilla para el usuario y más acorde con nuestro mundo digital”.

La Comisión señala que una fiscalidad justa es el trampolín que ayudará a nuestra economía a recuperarse de la crisis. “Tenemos que facilitarles las cosas a las empresas y los ciudadanos honrados a la hora de pagar sus impuestos y ponerlo más difícil a los defraudadores y evasores fiscales. Estas propuestas ayudarán a los Estados miembros a asegurar los ingresos que necesitan invertir en las personas y en las infraestructuras, y al mismo tiempo mejorarán el entorno fiscal para los ciudadanos y las empresas de toda Europa”, señalan desde Bruselas.

El anuncio de Bruselas, previa a la cumbre de los máximos responsables de los gobiernos europeos de este fin de semana pasado, ha escocido al primer ministro holandés ya que se estima que el sistema holandés le cuesta al resto del mundo un mínimo de 22.000 millones de euros anuales en ingresos fiscales evadidos. Esperemos que finalmente se alcance un acuerdo en los fondos de recuperación de la UE que refuerce la unidad y solidaridad en Europa.



Mercado Central de Valencia. / GG

BIOCARE

by CITROSOL

La primera gama completa de productos para el tratamiento postcosecha de cítricos con certificación como insumos para agricultura ecológica.



1

CITROCIDE PC y PLUS:
Coadyuvantes tecnológicos para el lavado higiénico de frutos cítricos.



2

FUNG-CID BIO BNa:
Fungistático para el control del podrido de frutos cítricos.

3

CITROSOL A K y A K V BIO:
Recubrimientos vegetales con excelente control de la pérdida de peso; mitigan mucho la aparición de los síntomas de envejecimiento como por ejemplo el teñido del mamelón de los limones.

OPINIÓN

Cambio climático, plagas y soluciones “verdes”: el CRISPR



Por INMACULADA SANFELIU (*)

La última vez que me dirigí a ustedes desde esta misma tribuna lo hice para referirme a las consecuencias del cambio climático. Buscando un criterio objetivo cité y extracté lo recientemente publicado por la European Food Safety Authority (EFSA) en el informe ‘Climate change as a driver of emerging risks for food and feed safety, plant, animal health and nutritional quality’. En el estudio, una auténtica compilación del saber acumulado a este respecto, se asociaba el calentamiento global a una serie de trascendentales cambios—de indudable impacto a corto plazo sobre la producción agraria— y entre ellos destacaba también el derivado de la progresiva introducción de plagas y enfermedades foráneas. Meses antes, en febrero de este mismo año, a la EFSA se le encargaba elaborar otro informe, esta vez para analizar y revisar los riesgos de lo que se ha convenido en llamar ‘nuevas técnicas de mutagénesis’. En otras palabras, el organismo con sede en Parma —que emite opiniones científicas no vinculantes para la Comisión Europea (CE)— ha descrito con crudeza académica primero el problema —el cambio climático— y ahora tiene pendiente pronunciarse sobre lo que creo firmemente que podría aportar buena parte de la solución —la edición genética, también conocida como CRISPR-Cas 9—.

Como ya quedó claro en aquel artículo, detrás de la constante irrupción de nuevos patógenos procedentes de otras latitudes no solo está la globalización de los intercambios comerciales. El origen de que, por ejemplo, en lo que llevamos del presente siglo XXI se hayan introducido en la Península hasta 13 plagas citricolas, 14 considerando la Xylella (que es una bacteria) debe estar también en la capacidad con la que estos patógenos se adaptan a las nuevas condiciones desencadenadas por el cambio climático. La última detectada, la cochinilla *Pulvinaria poligonata* —como antes el Cottonet de Sudáfrica— fue descrita el año pasado por primera vez en Europa. Hasta ese momento solo se tenían citas tan lejos como en las regiones australiana, oriental y en algunos países del este de la zona paleártica (China, Japón, Taiwan). Son dos ejemplos, pero hay y habrá más...

La traumática solución improvisada la pasada semana —y es de agradecer la celeridad mostrada por el Ministerio de Agricultura (MAPA)— ante la retirada de los únicos insecticidas eficaces contra el citado cottonet —el Clorfirifos y el Metilclorpirifos— es, de hecho, un aviso de cuanto puede suceder de aquí en adelante. Ya lo advertimos también en el anterior artículo: entrarán más plagas, tendremos menos soluciones químicas y habrá que buscar otras biológi-



El potencial de la edición genómica en cualquier cultivo es enorme, ya que es una técnica barata y mucho más precisa. / ARCHIVO

La EFSA elaborará un informe para analizar y revisar los riesgos de lo que se ha convenido en llamar ‘nuevas técnicas de mutagénesis’

El ejecutivo comunitario ya ha anunciado que persigue lograr “un nuevo marco regulatorio adecuado a las nuevas técnicas genómicas”

cas no agresivas con el medio ambiente pero también menos eficaces a corto, como las ahora autorizadas (un parasitoide depredador del insecto y una feromona de confusión sexual). Al proceso europeo imparabable y acelerado de retirada de sustancias activas le sigue ahora el plan de ‘la granja a la mesa’ que ya se ha avanzado que aspira a reducir el uso de los fitosanitarios un 50% y el de los fertilizantes otro 20%.

■ EL REVÉS DEL TJUE

La cuadratura del círculo imposible para nuestra agricultura se dio —sin embargo— antes, en julio de 2018. Fue entonces cuando —contradiendo el informe de la Abogacía General de la UE, que no es vinculante pero que suele acertar en un altísimo por-

centaje— el Tribunal de Justicia de la UE (TJUE) se desmarcó con una sentencia ciertamente involucionista. En aquellas fechas, la judicatura comunitaria falló que los cultivos obtenidos mediante nuevas técnicas de edición de ADN no podían ser ajenos a los condicionamientos impuestos por la ley de la UE al cultivo y comercialización de los transgénicos (Organismos Genéticamente Modificados, OGM). De poco sirvió la respuesta unánime y airada de la comunidad científica y de buena parte de los Estados miembros porque la resolución obligaba a aplicar al último y más revolucionario avance de la Ciencia de las últimas décadas una legislación, la de los OGM’s, de hace más de veinte años. Una directiva que estaba, que está

desfasada y superada por los hechos: los transgénicos, pese a las dificultades para la investigación y más aún para el cultivo en la UE, se siguen importando masivamente de Sudamérica y son parte sustancial, por ejemplo, de todos los piensos con los que se alimenta el ganado en el viejo continente.

■ LA REACCIÓN DEL MAPA Y DE LA UNIÓN EUROPEA

La reacción del Gobierno español ante tal revés fue enérgica y generó una inercia de cambio que ahora comienza a apreciarse. El MAPA publicó tiempo después del fallo un documento en el que analizaba la legislación de los transgénicos y en el que se pedía a la CE que realizara una “revisión y modernización de mayor alcance de la política biotecnológica en la UE”. Un movimiento que facilitó que incluso el grupo de asesoramiento científico y tecnológico de la CE, el Scientific Advice Mechanism (SAM), publicase poco después una declaración en la que también recomendaba que se revisara la Directiva de OGM’s para que reflejara los últimos conocimientos y para que se basara en la “evidencia científica”.

Aquellos informes —de manera especialmente clara el del MAPA— ponían el acento en otra grave debilidad de la sentencia del TJUE. Y es que el alto tribunal europeo vinculaba el tratamiento regulatorio de las nuevas obtenciones vegetales a la técnica con la que se había logrado: si la mutación era espontánea o natural (por hibridación, por ejemplo) el cultivo escaparía de la legislación propia de los OGM, si se había conseguido por esas nuevas técnicas de edición genética, si debían aplicarse tales restricciones. El problema es de aupa porque las plantas obtenidas por CRISPR son indistinguibles del resto, de las digamos que convencionales.

■ REVISIÓN PARA NO TERMINAR DE PERDER EL TREN

La cuestión del método ha sido clave para que la UE, de momento, haya perdido el tren mundial

de la innovación agraria. En Canadá y en EEUU, por ejemplo, a la hora de regular los cultivos, no interesa tanto la técnica empleada como el rasgo introducido —en el caso del primero— o las características finales de este, independientemente de si está modificado genéticamente o no (en el caso del segundo). Por otro lado, en Brasil y Argentina, consideran que si no hay material genético de otra especie vegetal no es necesario llevar a cabo una regulación específica, algo similar a lo que ocurre en Japón, Australia e India, países en los que las ‘nuevas técnicas de mutagénesis’ sí están permitidas. Incluso Rusia —último bastión de los países contrarios a los transgénicos— ha levantado las restricciones a CRISPR-Cas9.

A finales de 2019, por fin, algunos Estados miembros —entre ellos España— empujaron a la CE a revisar esta situación y buscar alternativas con las que sortear el sinsentido del pronunciamiento del Tribunal de Luxemburgo. La EFSA, como se avanzó al principio de este artículo, tendrá que emitir un informe al respecto pero el ejecutivo comunitario ya ha anunciado que persigue lograr “un nuevo marco regulatorio adecuado a las nuevas técnicas genómicas”.

■ LOS VERDES

En un movimiento sin precedentes, un grupo de parlamentarios verdes alemanes, la Alianza 90/Los Verdes respaldó recientemente el uso de tecnologías de edición de genes. En un nuevo documento publicado el pasado 10 de junio, esta facción se distancia de la posición general de partido, reconociendo que este tipo de ingeniería podría desempeñar un papel clave en la mejora de la sostenibilidad. El dictamen afirma que técnicas como la del CRISPR podrían ofrecer oportunidades “para un planeta saludable y, por lo tanto, para el bien de las personas y el medio ambiente”.

Objetivamente, el potencial de la edición genómica en los cítricos y en cualquier cultivo es enorme. Primero porque es una técnica barata y mucho más precisa que las anteriores. Piensen ahora, de nuevo, en todo lo que ya nos está trayendo el cambio climático: tierras más salinas o calizas; estrés hídrico derivado de sequías cada vez más prolongadas con problemas de calibre y pérdidas de cosecha asociados, asfixia radicular tras los episodios casi cíclicos de gota fría o problemas de *Phytophthora* tras las lluvias persistentes —cada vez más frecuentes—; retrasos en la maduración y en la colocación de los frutos; campañas marcadas por la vertería y lo dicho, plagas y enfermedades de otras latitudes sin fitosanitarios con los que combatirlos... La edición genética está empezando a dar soluciones a todo ello, ¿Europa va a seguir siendo la única potencia en dar la espalda a la biotecnología?

(*) Presidenta del Comité de Gestión de Cítricos

Decco Ibérica presenta

NEXY

NÚMERO DE
REGISTRO

25971

EL PRIMER

BIOFUNGICIDA

¿Preparado para la postcosecha del futuro sin residuos?

EN POSTCOSECHA

Nexy es el primer biofungicida registrado para cítricos, manzanas y peras en postcosecha. Nexy es eficaz contra *Botrytis cinerea*, *Penicillium sp*, *Colletotrichum sp*.

Decco está concienciada con la disminución de residuos y con NEXY completa una amplia gama de productos orgánicos y ecológicos en el sector de la postcosecha.



DECCO®
Naturally Postharvest

 **Nexy**®

fungicidas · ceras · recubrimientos comestibles · desinfectantes · detergentes · residuo zero · biofungicidas



/ Tel. (+34) 961 344 011

info@deccoiberica.es
www.deccoiberica.es /

DECCO®
Naturally Postharvest

Agrocultivos

El Gobierno autoriza la liberación del parasitoide *Anagyrus aberiae*

El sector citrícola pedía la suelta de este depredador natural para hacer frente al Cotonet de Sudáfrica

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Ministerio de Agricultura autorizó el 16 de julio la liberación del parasitoide *Anagyrus aberiae*, un depredador de la plaga *Delottococcus aberiae*, conocida como Cotonet de Sudáfrica o Cotonet de les Valls, que está afectando de forma grave a la citricultura de la Comunidad Valenciana. El sector citrícola llevaba meses demandando esta medida ante la imposibilidad de utilizar materias activas como el Clorpirifos y el Metil Clorpirifos, y tras sufrir importantes pérdidas durante esta campaña.

Desde el MAPA señalan que la liberación, que se autoriza en estrecha colaboración con el Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico, muestra su apuesta por utilizar medios de lucha biológica para hacer frente a plagas que afectan a las producciones agrícolas.

“La tramitación y resolución de este expediente se ha realizado con la mayor celeridad y rigor necesarios, dada la gravedad de los daños que la plaga causa en los cítricos de la Comunidad Valenciana y ante las limitaciones de la lucha química tradicional para detener y controlar la dispersión del Cotonet de les Valls”, apunta el Ministerio de Agricultura en un comunicado.

■ INFORME FAVORABLE

Desde marzo, y en menos de cinco meses, se han autorizado y se han realizado dos sueltas, la cría del parásito y se han obtenido los datos necesarios para que el Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico emitiera un informe favorable que ha permitido al MAPA autorizar la liberación del organismo de control biológico *Anagyrus aberiae*.

El inicio del expediente comenzó en febrero de 2019, con la solicitud realizada por la Universidad Politécnica de Valencia para iniciar los ensayos de laboratorio que se autorizaron con rapidez por el MAPA, tras el preceptivo informe favorable del Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico.

En marzo se permitió la primera suelta de menos de 100 ejemplares de *Anagyrus aberiae* en el municipio de La Vall d'Uixó (Castellón), cuyos resultados eran determinantes para autorizar la liberación definitiva. Con esta suelta se trataba de verificar, en condiciones naturales, la efectividad de la medida y posibles afecciones al medio natural que pudieran tener lugar, de conformidad con los requisitos establecidos por la legislación española.

En paralelo, y en previsión de



El Cotonet de Sudáfrica está provocando importantes daños en la citricultura de la Comunidad Valenciana. / ARCHIVO

una posible resolución favorable y para usar el parasitoide con la mayor premura, el Ministerio de Agricultura autorizó en abril la cría masiva del *Anagyrus aberiae* en los insectarios de la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana.

El 15 de mayo, la Universidad Politécnica de Valencia solicitó la ampliación del número de sueltas y del número de individuos objeto de las mismas para poder obtener, con mayor rapidez, los datos necesarios requeridos en el procedimiento, solicitud que fue aprobada el día 1 de junio.

Además, el MAPA ha autorizado en esta campaña una feromona específica para el *Delottococcus aberiae*. Se ha conseguido aislar y producir con éxito para la detección precoz de la plaga y la captura masiva en trampas que permitirá la reducción paulatina de la población.

“Con estas actuaciones se ha puesto a disposición del sector dos importantes herramientas nuevas para luchar contra esta plaga del sector citrícola valen-

El sector citrícola reclamaba esta medida frente al Cotonet ante la imposibilidad de utilizar materias activas como el Metil Clorpirifos

El Ministerio de Agricultura ha autorizado también en esta campaña una feromona específica para el *Delottococcus aberiae*

ciano”, concluyen desde el Ministerio de Agricultura.

■ SATISFACCIÓN

Cooperatives Agro-alimentàries de la Comunitat Valenciana ha mostrado su satisfacción ante la decisión adoptada por el Ministerio de Agricultura. Con esta decisión, tal y como afirma Cirilo Arnandis, presidente de la organización, “el Ministerio ofrece la respuesta que el sector citrícola lleva meses demandando, ante la imposibilidad de usar materias activas como el Metil Clorpirifos para el control de este Cotonet, que tantos daños está causando a la citricultura valenciana”.

Arnandis destaca que “en el contexto global de reducción del uso de materias activas en la UE, la prohibición de uso de Metil Clorpirifos, sin tener autorizadas las alternativas de control biotécnico y biológico, ha supuesto que en la última campaña el impacto del cotonet en los cítricos valencianos haya sido mucho mayor que en el pasado, provocando la pérdida de numerosas cosechas”.

El Cotonet de Sudáfrica se detectó por primera vez en la Comunitat Valenciana en 2009, siendo su expansión bastante controlada y afectando únicamente a algunas parcelas en

las comarcas de La Plana y en la zona norte de la provincia de Valencia. Sin embargo, la insuficiencia de los métodos de control desde la prohibición del uso de Metil Clorpirifos ha provocado la intensificación de su presencia en estas zonas, así como su expansión a comarcas limítrofes, e incluso a las provincias de Alicante, Murcia y Tarragona.

Cirilo Arnandis recuerda que “el sector citrícola lleva años denunciando diferentes circunstancias que suponen un caldo de cultivo para la expansión de diferentes plagas y enfermedades. Por un lado, la laxitud de la Unión Europea en sus exigencias a terceros países que exportan a países comunitarios sus producciones. Por otro, la actitud hacia la inspección en frontera de algunos Estados miembros, que ha permitido la entrada de organismo nocivos de los que estábamos libres. Por último, la progresiva prohibición del uso de materias activas, sin ofrecer a los productores alternativas eficaces para el control de estas plagas y enfermedades”. En este sentido, “la consulta pública de la Comisión sobre su política comercial es un buen momento para ir tomando nota de nuestras reivindicaciones e ir ofreciendo respuestas a las mismas”.

El presidente de Cooperatives Agro-alimentàries de la Comunitat Valenciana incide en que “las principales organizaciones representativas del sector, reunidas en Intercitrus, la interprofesional española de la naranja y la mandarina, habíamos remitido una carta al ministro Planas, en la que detallábamos toda una serie de medidas de control biotécnico, biológico y químico, así como diferentes medidas de asepsia, para hacer frente al Cotonet”. Conseguida la autorización para la suelta del *Anagyrus aberiae*, Arnandis remarca que “llegará el momento de evaluar con precisión los daños que ha causado el Cotonet y pedir ayudas e indemnizaciones que puedan resarcir a los productores por sus pérdidas”.

Para Cooperatives Agro-alimentàries, la problemática provocada por el Cotonet de Les Valls puede repetirse en el futuro con otras plagas y enfermedades, por lo que se insta a todas las Administraciones a acompañar adecuadamente el ritmo de la legislación que afecte al uso de materias activas y el de la investigación de métodos de control alternativos, para garantizar que el sector no se encuentre desprotegido frente al impacto potencial de otros organismos nocivos.

La campaña de uva de mesa murciana alcanzará una producción de 140.000 t

Murcia es la principal exportadora de España, acaparando un 70% del total nacional

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de uva de mesa podría superar en la Región de Murcia las 140.000 toneladas este año, “reafirmándonos como principal referente a nivel nacional, tanto en volumen como en la calidad del producto”, según destacó la semana pasada el consejero de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente, Antonio Luengo.

El titular de Agricultura visitó la empresa hortofrutícola Frutas Torero, en Abarán, donde avanzó que “se espera un aumento del volumen de exportación, que el año pasado se vio afectado por varios episodios climatológicos adversos que redujeron la salida de productos al extranjero”.

En la actualidad, la Región de Murcia es la principal comunidad autónoma exportadora de uva de mesa de España, con 104.468 toneladas en 2019 y 212 millones de euros, el 70 por ciento del total nacional, que ascendió a 155.772 toneladas y 306,5 millones de euros. Gran parte de



El consejero Antonio Luengo durante su visita realizada a la empresa Frutas Torero en la localidad de Abarán. / CARM

este desarrollo del sector se debe a la evolución positiva de la uva de mesa sin pepita.

En este sentido, Antonio Luengo puso de manifiesto que “la Región ha vivido en los últimos años una transformación en cuanto a variedades y produc-

ción que la han convertido en la principal zona productora de uva de mesa de España”, y añadió que “ha habido un importante desarrollo varietal, hoy contamos con más de 50 variedades de uva de mesa sin pepitas y debemos reconocer la labor del Imida

en materia de investigación, lo que nos ha permitido competir en los mercados internacionales con un producto de excelente calidad”.

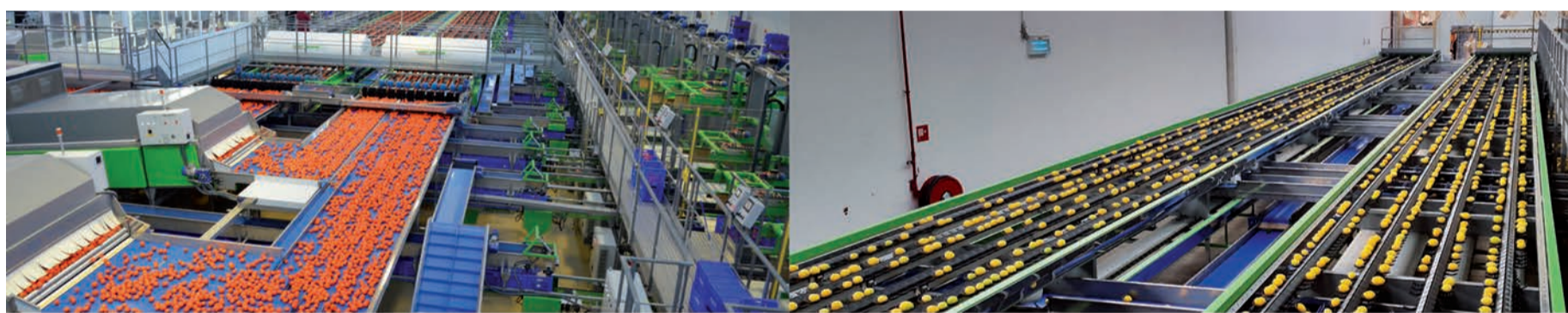
En cuanto a las exportaciones, a nivel europeo, el principal cliente es Alemania, seguido de

Reino Unido; mientras que fuera de las fronteras europeas, “se trabaja para abrir nuevos mercados, como es el caso de Canadá, que se unan a las ya exitosas rutas comerciales con Vietnam, Singapur o China, y a las que podrían unirse Tailandia o Taiwán”, explicó el consejero.

“El reto para seguir conquistando nuevos mercados siguen siendo las operaciones logísticas para el transporte, que nos permitan colocar el producto en los lineales de los supermercados manteniendo todas sus propiedades”, afirmó Antonio Luengo.

En relación a los nuevos mercados, Murcia inició hace dos semanas la exportación de uva de mesa a Vietnam, que se mantendrá durante esta campaña 2020. Los primeros envíos de uva de mesa española hacia este destino han comenzado después de un largo periodo de negociaciones del protocolo de exportación, de la realización de una misión inversa, envíos de prueba y visita de los importadores a las explotaciones.

Con Vietnam existe un protocolo de exportación, negociado por el Ministerio de Agricultura y las autoridades de Vietnam, que concluyó en diciembre de 2018. Posteriormente, en marzo de 2019 se realizó una misión inversa, organizada por el Instituto de Fomento de la Región de Murcia, en la que participaron seis empresas productoras con interés en este mercado. Finalmente, el año pasado también se hicieron envíos de prueba y una delegación de importadores visitaron las explotaciones en España.



MAF RODA

AGROBOTIC

TRATAMIENTO ● DEFINICIÓN CALIDAD ● CONFECIÓN ● PALETIZADO



MAF RODA, S.L. • Avda. de la Llibertat, 53 • 46600 Alzira (Valencia)
tel.: (+34) 962 403 011 • rodasale@mafroda.es
www.maf-roda.com



ALMUDENA LÁZARO / Directora del Centro de Innovación Gastronómica de la Comunidad de Madrid

“El IMIDRA conserva 30 muestras de variedades tradicionales de melón, 11 de ellas de Villaconejos”

En plena temporada del melón, *Valencia Fruits* entrevista a Almudena Lázaro, una de las expertas que conoce más de cerca la situación de una de las frutas reinas del verano, con perdón de la sandía, y en concreto de un producto único de España: el melón de Villaconejos. Almudena Lázaro, es ingeniera agrónoma y desarrolló parte de su labor de investigación como directora de investigación en el Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural Agrario y Alimentario (IMIDRA), actualmente dirige el Centro de Innovación Gastronómica de la Comunidad de Madrid. Durante su paso por el IMIDRA participó en el proyecto Melonomics, en el que se llegó a la conclusión de la existencia de una gran diversidad de variedades en la zona, como la tradicional Mochuelo, que destaca por su buen contenido en ácido ascórbico (vitamina C) o la denominada melón Azul o la Piel de Sapo tradicional. Con ella hablamos de la actualidad del melón de Villaconejos, en cuanto a cifras de producción, conservación de semillas y propiedades nutricionales, entre otros temas.

► MIRIAM PÉREZ. MADRID.

Valencia Fruits. ¿Conoce las cifras actuales de comercialización y producción de melón de Villaconejos?

Almudena Lázaro. Según datos oficiales, en la Comunidad de Madrid se produjeron 7.598 toneladas de melón en 2018 en 450 hectáreas de cultivo. Es un dato que parece mantenerse estable en los últimos años. Es probable que correspondan a la zona de Villaconejos y pueblos de alrededor. Se producen sobre todo melones tipo Piel de Sapo, de variedades mejoradas, productivas y obtenidas por empresas de semillas.

Existe una pequeña proporción de cultivo de variedades tradicionales, es decir, aquellas semillas que han pasado de generación en generación. Van destinadas al auto-consumo, y recientemente a mercados gourmet. Sin embargo, solo la cooperativa del Campo de Villaconejos comercializa 20.000 toneladas de esta fruta al año, por tanto, su cultivo se extiende más allá del propio municipio.

VF. Sé que es difícil, pero ¿puede recordar unas pinceladas de las investigaciones que se realizaron en su momento en el proyecto Melonomics de las semillas de melón de Villaconejos y en las que usted participó como investigadora?

AL. Desde los años 90, el Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA) conservaba algunas muestras de variedades tradicionales de melón. En el banco nacional de semillas del Centro de Recursos Fitogenéticos del INIA, se conservaban ya algunas muestras recogidas en Villaconejos en 1971. Ahora mismo el IMIDRA conserva 30 muestras de variedades tradicionales de melón, 11 de ellas recogidas en el municipio de Villaconejos.

Además de la colección de semillas tradicionales y su conservación, desde el 2004 el IMIDRA ha estudiado estas variedades desde varios puntos de vista: ha recogido el conocimiento tradicional asociado su producción y consumo, las ha descrito, ha evaluado su diversidad genética estudiando su ADN, ha descrito sus compuestos nutricionales y sus propiedades sensoriales y además ha hecho estudios de consumidores para evaluar su



Almudena Lázaro: “Sabemos que los melones tradicionales: Mochuelo, Azul y Piel de Sapo tradicional se están vendiendo a través del grupo Auchan con unas ventas de producto de 5.000 kg anuales en los últimos cuatro años”. / M. PÉREZ

“Solo la cooperativa del Campo de Villaconejos comercializa 20.000 toneladas de esta fruta al año, por tanto, su cultivo se extiende más allá del propio municipio de la Comunidad de Madrid”

“Con el proyecto Melonomics se le dio al estudio una dimensión nacional, al comparar esas variedades con el resto de variedades españolas, principalmente desde el punto de vista genético”

apreciación. Como resultado se presentó una tesis doctoral y unas diez publicaciones científicas y técnicas.

Como resultados generales se constató la existencia de una gran diversidad de variedades en la zona, principalmente en el pasado. Entre ellas, encontramos alguna con importantes características nutricionales, por ejemplo la variedad tradicional Mochuelo, que destacaba por su buen contenido en ácido ascórbico (vitamina C) y otras dos, la denominada melón Azul y la Piel de Sapo tradicional, que además eran muy apreciadas por los consumidores.

Con el proyecto Melonomics se le dio al estudio una dimensión nacional, al comparar esas variedades con el resto de variedades españolas, principalmente desde el punto de vista genético. Otros equipos participantes del proyecto secuenciaron el genoma del melón, con lo cual se contribuyó enormemente al estudio de su genética.

VF. ¿Finalmente ha podido ser utilizado por chefs de alta cocina? ¿Hay demanda de los consumidores gourmets del melón de Villaconejos?

AL. Cada año el IMIDRA pone a la venta más de 100.000 plántulas de variedades tradicionales,

entre las que se encuentran las tres variedades tradicionales de melón ya citadas. Es una cifra que crece cada año. Por tanto, aunque minoritarias, estas variedades tienen un creciente interés entre los consumidores, por formar parte del patrimonio agrícola y gastronómico, por sus buenas características nutricionales, su buen sabor, y por ser un producto distinto. Se ponen a la venta en algunas grandes superficies y comercios especializados. Desconozco las cifras de negocio relativas a este tipo de variedades en concreto.

Si sabemos que los melones tradicionales: Mochuelo, Azul y Piel de Sapo tradicional se están vendiendo a través del grupo Auchan con unas ventas de producto de 5.000 kg anuales en los últimos cuatro años

VF. Los resultados de esta investigación son un valioso patrimonio, ¿existe una colección de semillas para conservar y/o salvaguardar este producto tan propio y diferencial? ¿Están a disposición estos resultados de consumidor, productor e investigadores? ¿Cómo se pueden acceder a ellos?

AL. Sí existe una colección de semillas, y forma parte del Inventario Nacional de los Recursos Fitogenéticos. Esta colección la conserva el IMIDRA en sus instalaciones. Y, como ya comenté en un párrafo anterior hace diez años se presentó una tesis doctoral que está en el repositorio online de tesis de la Universidad Politécnica de Madrid, a disposición de todo el mundo, y unas diez publicaciones científicas y técnicas.

Entre las publicaciones técnicas, se encuentra el catálogo de variedades tradicionales españolas, entre las que están estas variedades citadas de Villaconejos, y que está disponible online en las páginas de la Comunidad de Madrid. Las publicaciones científicas solo están disponibles para la comunidad científica, porque se trata de revistas especializadas.

VF. ¿Qué actividades se están llevando a cabo hoy en día para preservar y promocionar el melón de Villaconejos?

AL. Se sigue manteniendo la colección, multiplicando y produciendo plantas para los

“Según datos oficiales, en la Comunidad de Madrid se produjeron 7.598 toneladas de melón en 2018 en 450 hectáreas de cultivo”

“En alguna de estas variedades tradicionales se ha comprobado un mayor contenido de vitamina C y antioxidantes”

agricultores. Estas variedades forman parte de otros proyectos de investigación. En cuanto a la promoción, son objeto de un convenio de colaboración con Auchan, y cada año se realizan distintas jornadas de divulgación científica y promoción desde el IMIDRA.

VF. ¿Qué características tiene el melón de Villaconejos que le hace un producto único?

AL. Se trata de un cultivo muy tradicional de la zona, y por tanto muy conocido por los agricultores y comercializadores de allí, que saben todos los secretos de su producción, desde la selección de las semillas al momento de la recolección y a su tratamiento postcosecha. Es un cultivo al aire libre y de temporada.

VF. ¿Cree que es merecedor de la calificación de DOP o IGP? ¿Sería un impulso al comercio y al consumo del melón de Villaconejos?

AL. Probablemente merecería una DOP, pero eso lo tienen que decidir sus productores. Se trata de un sector tan dinámico, que conoce tan bien los mecanismos de comercio y promoción, que quizá no necesite esta etiqueta para promocionar su consumo.

VF. Usted dirige actualmente el Centro de Investigación Gastronómica, ¿se está realizando desde dicha institución alguna investigación, promoción y/o actividad dedicada al melón de Villaconejos?

AL. Ahora mismo no. En el pasado le dedicamos muchos esfuerzos de investigación a este producto, pero ahora nos estamos centrando en otros productos de la huerta de Madrid. Aunque, al tratarse de un producto tan importante de la horticultura madrileña, siempre forma parte, de alguna u otra forma, de todo el trabajo que hacemos.

VF. De cara al consumidor, ¿que propiedades y beneficios aporta al organismo? ¿Por qué se deben decantar por el consumo del melón de Villaconejos?

AL. Se me ocurren varias. El consumo de frutas y hortalizas en general, y de melón en particular, es muy saludable por su aporte en vitaminas, minerales, y antioxidantes a la dieta. En el caso de alguna variedad tradicional del melón de Villaconejos, hemos demostrado un destacado contenido en vitamina C y antioxidantes, ligeramente superior a otras variedades.

Al tratarse además de un producto de cercanía, para el consumidor madrileño supone disminuir mucho las emisiones medioambientales de su distribución. Y siempre estaremos consumiendo uno de los productos estrella de nuestro patrimonio gastronómico.

La producción de limón aumentará un 10%

Ailimpo estima que España volverá a niveles normales de cosecha con 1.250.000 toneladas en la campaña 2020-2021

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La primera estimación de cosecha de limón de Ailimpo para la próxima campaña 2020/2021 prevé una producción en España de 1.250.000 toneladas, lo que supone un aumento global del 10% en comparación con la campaña 2019/2020. Este primer aforo de cosecha será confirmado en función de la disponibilidad de agua en verano y las lluvias de otoño.

La Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo señala que este volumen de cosecha permitirá a España continuar siendo el líder de exportación de limón fresco convencional y ecológico, y el segundo procesador de limón en zumo, aceite esencial y cáscara deshidratada a nivel mundial.

Para la variedad de limón Fino, se estima un ligero aumento del 14%. Ailimpo ha considerado el efecto de la entrada

La producción de limón Fino aumentará un 14% y la cosecha de Verna disminuirá un 2%

progresiva en producción de las nuevas plantaciones realizadas en los últimos años y la situación del calibre de los limones en el momento actual, que se considera óptimo gracias a la buena disponibilidad de agua, para estimar una producción de 950.000 toneladas para esta variedad.

“Esta cifra de producción de limón Fino permitirá consolidar a España en su papel de líder en el suministro a los clientes y garantizar los programas de suministro”, señala Ailimpo.

En cuanto a la cosecha de limón Verna, la primera pre-

visión prevé una producción de 300.000 toneladas en 2021, lo que supondría un volumen muy similar al de la actual campaña 2020, con un ligero descenso del 2%.

“La cosecha de limón Verna, variedad autóctona española, garantiza que la oferta española será de calidad y cubrirá gran parte del verano 2021”, apuntan desde la interprofesional.

PERSPECTIVAS

Ailimpo espera un correcto equilibrio de precios y distribución de valor económico a lo largo de la cadena, que permita al sector de limón de España dar salida comercial rentable a la cosecha, manteniendo al mismo tiempo la competitividad comercial frente a la agresiva oferta de limón de terceros países competidores como Turquía o Egipto.

Además, desde el punto de vista del productor, las certificaciones Global GAP y GRASP son elementos clave la próxima campaña, dentro de la estrategia de la interprofesional de diferenciación del limón español y de fomento de una producción sostenible bajo el triple enfoque: económico, medioambiental y social.

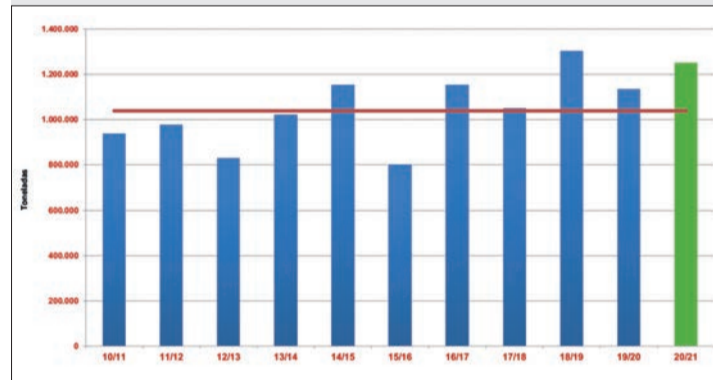
Ailimpo actualizará la previsión de cosecha de la campaña 2020/2021 el 30 de septiembre de 2020 y el 29 de enero de 2021.



La cosecha de limón Fino alcanzará la próxima campaña un volumen de 950.000 toneladas. / AILIMPO

Promedio 10 últimas campañas 2010/20 Primer Aforo campaña 2020/2021

	Promedio 10 últimas Campañas 2010-2020	Primer Aforo Campaña 2020/2021
Producción	1.036.000 t	1.250.000 t



Producción de limón España campaña 2019/20 y 1ª Estimación campaña 2020/21

	Producción Campaña 2019/2020	Estimación Campaña 2020/2021	Var. Aforo Respec. camp. 2019/20 (%)
Fino	830.000	950.000	14%
Verna	305.000	300.000	-2%
TOTAL	1.135.000	1.250.000	10%

Fuente: AILIMPO

Histórico de Producción de Limón en España

	C.2010/11	C.2011/12	C.2012/13	C.2013/14	C.2014/15	C.2015/16	C.2016/17	C.2017/18	C.2018/19	C.2019/20*	C.2020/21**
Producción.....	936.000	977.000	830.000	1.024.000	1.154.000	800.852	1.152.000	1.050.000	1.302.000	1.135.000	1.250.000

TONELADAS *Dato provisional de cierre de la campaña 2019/20 ** Primera previsión de cosecha de Ailimpo 2020/2021 - Fuente: AILIMPO

Cosechadoras para facilitar la recolección de los cítricos

La Universidad de Córdoba trabaja en el diseño y adaptación de cosechadoras a base de agitadores laterales

VF. REDACCIÓN.

La recolección de naranjas y otros cítricos apenas ha cambiado a lo largo de los años. Actualmente, las naranjas se cosechan a mano por parte de operarios ataviados con escaleras y capazos que recorren las plantaciones de cítricos apurando los árboles. El alto coste de este tipo de recolección, sumado a la baja disponibilidad de mano de obra y el bajo precio del producto en algunos ejercicios, ponen en compromiso la rentabilidad del cultivo y, por tanto, la campaña.

Una de las soluciones pasa por la mecanización de la recolección, pero hasta ahora las máquinas disponibles son muy grandes, por lo que requieren

grandes plantaciones con largas hileras de árboles para ser eficientes. Sin embargo, el grupo de ‘Mecanización y Tecnología Rural’ de la Universidad de Córdoba trabaja en el diseño y adaptación de cosechadoras a base de agitadores laterales que permiten cosechar a ambos lados del seto en plantaciones intensivas.

En este sentido, el grupo adaptó y probó en cítricos los prototipos de cosechadoras desarrollados para el olivar tradicional a través de Mecaoilivar (con fondos de y el apoyo de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español).

El desarrollo de cosechadoras para cítricos parte, por tanto, del olivar y se enfoca al desarrollo

de máquinas versátiles que puedan trabajar en diferentes cultivos para facilitar su puesta en el mercado e introducción en el sector. Estos avances en la mecanización de la recolección de cítricos han sido publicados por la revista científica IJABE, la más importante en China sobre mecanización agraria, de la que además han sido portada.

La continuación de estos trabajos se realiza a través el Grupo Operativo Citrustech —Avances tecnológicos para la modernización y la sostenibilidad en la producción de cítricos— donde la UCO trabaja con la Universidad Politécnica de Cartagena, la Politécnica de Valencia, el IVIA Valenciano, Cítricos del



El prototipo de cosechadora para recogida de cítricos en campo. / UC

Estas cosechadoras permitirán que la comunidad agrícola mejore su rentabilidad y sostenibilidad

Andévalo, Anecoop y la Fundación Cajamar de la Comunidad Valenciana.

Estas cosechadoras permitirán que la comunidad agrícola mejore su rentabilidad y sostenibilidad. El objetivo es que se pueda decidir si hacer una recolección mecanizada completa de la fruta, o combinar ambos

sistemas. Esto es, hacer una recolección manual temprana de la fruta de mayor calidad y otra posterior recolección mecanizada con el resto de la producción de los árboles para industrial. En ambos casos, mejoraría la calidad de los frutos cosechados, ajustándose a los requerimientos de maduración necesarios.

Cajamar presenta los resultados de 250 variedades hortofrutícolas

Los resultados de las investigaciones del Centro de Experiencias en Paiporta responden a las nuevas exigencias del consumidor, cada vez más interesado en productos sostenibles y saludables

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Jornada de Puertas Abiertas del Centro de Experiencias de Cajamar en Paiporta se celebró la semana pasada en formato webinar para dar a conocer a empresas y productores del sector agro las más de 250 variedades de frutas y hortalizas obtenidas en las investigaciones realizadas durante el primer semestre del año.

Los asistentes pudieron conocer de primera mano las últimas novedades a través de una visita virtual a este centro que estuvo acompañada de las explicaciones de los técnicos que han dirigido cada uno de los proyectos desarrollados por la entidad en colaboración con empresas e instituciones del sector agroalimentario.

El director de Innovación Agroalimentaria del Grupo Cooperativo Cajamar, Roberto García Torrente, destacó que “nuestras investigaciones pretenden favorecer un modelo de alimentación saludable y sostenible, así como una producción de alimentos diferenciados que permitan conseguir unos precios que remuneren mejor los costes de producción y generen valor añadido”. Asimismo, resaltó que para ello es importante conocer las tendencias actuales del consumidor que giran en torno a la sostenibilidad y la búsqueda de productos que contribuyan a mejorar su estado de salud.

García Torrente incidió en el papel clave de los profesionales del sector gastronómico en la divulgación de nuevos productos, y la alternativa que la innovación puede suponer en pequeños productores que se plantean cambiar sus cultivos por falta de rentabilidad. En este sentido, subrayó la labor que se realiza desde el Centro de Experiencias de Cajamar “dirigido a impulsar la innovación tecnológica, la diversificación para favorecer el desarrollo de nuevos productos, y la formación dirigida a una mayor capacitación técnica que facilite al sector agroalimentario mejorar la calidad y favorecer la diferenciación como valor añadido”.

FORMATOS INNOVADORES

Durante la jornada se presentaron más de 250 variedades de



Los asistentes pudieron conocer más de 250 variedades de sandías, pimientos, tomates, berenjenas, melones, coles, edamame, patatas y zanahoria. / CAJAMAR

La jornada abordó los diferentes proyectos y estrategias de cultivo que desarrolla el centro de investigación

sandías, pimientos, tomates, berenjenas, melones, coles, edamame, patatas y zanahoria. El objetivo de las investigaciones ha sido obtener formatos y presentaciones innovadoras y bus-

car fórmulas que puedan repercutir en una mayor rentabilidad para el agricultor, involucrando para ello a la alta restauración y proponiendo recetas para su uso. Un ejemplo es el edamame, que es una soja que se cultiva como una judía al aire libre y que se recolecta inmadura para consumir las vainas hervidas en agua y sal.

En patata y zanahoria se presentaron propuestas de diferentes colores como fuente de carotenos. Y, además, también se incluyeron nuevas variedades

La Jornada de Puertas Abiertas del Centro de Experiencias de Cajamar en Paiporta se ha realizado en formato webinar

Las investigaciones buscan formatos innovadores y fórmulas que repercutan en una mayor rentabilidad para el agricultor

PROYECTOS Y ESTRATEGIAS

Durante el webinar también se detallaron las nuevas estrategias de control de plagas y enfermedades, pensadas para favorecer el control biológico por conservación, así como otras dirigidas a mejorar la fertilidad y sanidad de los suelos. En este sentido, desde Cajamar se está trabajando en el desarrollo de proyectos como ‘Comfort’, que pretende valorizar los restos de cosecha y uso de flujos residuales para el desarrollo de agro compostaje, con la obtención de compost funcionales. De esta forma se evita la quema de restos de poda y se integran los posibles residuos orgánicos de forma segura en el sistema agrario.

Respecto a los proyectos que Cajamar desarrolla en el marco del Programa de Desarrollo Rural de la Comunitat Valenciana, se expuso COVER CO2, que tiene como objetivo evaluar la capacidad de secuestro de CO2, el aumento de fertilidad y el efecto sobre el control biológico de plagas como consecuencia del establecimiento de cubiertas vegetales en los suelos citricolas. Además, dentro de este programa se han implantado nuevas variedades de caqui no astringentes, la combinación con diferentes portainjertos, la mejora en la eficiencia del uso de agua de riego y el cultivo ecológico de este frutal.

En cuanto a las estrategias de mejora en el uso de agua de riego, se ha prestado especial atención al papel de los sistemas de semiforzado en horticultura al aire libre y el manejo de riego deficitario controlado en frutales.

Asimismo, se presentaron novedades en el sistema de cultivo hidropónico tanto de lechuga para poderlas comercializar con raíces, como de verdura china como el pack choy, y aromáticas y condimentarias como la menta piperita.

Por último, cabe destacar la puesta en marcha y el desarrollo de frutales en la modalidad de producción superintensiva y sostenible bajo invernadero de cultivos como la higuera, frambuesa, arándano y pitahaya, en la modalidad de cultivo sin suelo, que permitirá el desarrollo de estos productos cuando las condiciones de suelo no sean las apropiadas como ocurre con los berries (frambuesa y arándano).

Toda la labor investigadora desarrollada por Cajamar se traslada al sector agroalimentario con actividades de transferencia de conocimiento, como la jornada de puertas abiertas celebrada la semana pasada. En los primeros seis meses de este año, se han impartido 46 jornadas formativas, en su mayoría en formato online, a las que han asistido más de 4.300 participantes de diferentes ámbitos, especialmente técnicos, productores, asociaciones y centros de investigación vinculadas al sector agroalimentario.



Producción superintensiva y sostenible bajo invernadero de la higuera. / CAJAMAR



Cultivo en invernadero de frambuesas. / CAJAMAR

MERCADOS NACIONALES

Import., disp. Tarragona ...	178,00-179,00
Import. disp. Andalucía ...	178,00-179,00
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	
(Sin existencias)	
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 Northern	1.100,00
Blackeyes	1.550,00
Negras	1.400,00
Garrofin	2.200,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46	1.600,00
Nuevos 34/36	1.950,00
Nuevos 50/52	1.500,00
LENTEJAS	
USA 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, disponible origen	2.000,00
Chino 11/13, disponible 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.	120,00-160,00

Lonja de Zamora

Información de precios de la Mesa de Cereales del 14 de julio de 2020 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	166,00
Cebada	144,00
Avena	138,00
Alfalfa Empacada	141,00

Generalitat Catalunya

Evolución semanal de precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas y hortalizas, del 13 al 19 de julio de 2020, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

FRUTAS	Euros/Kg
Mercolleida (Semana 29)	
MANZANAS	

Golden I, 70 i +	0,43
PERAS	
Limonera 60 i +	0,73
MELOCOTONES	
Amarillo A (67-73)	0,65
Amarillo B (61-67)	0,45
Plano B (61-67)	0,65
NECTARINAS	
Amarilla A (67-73)	0,80
Amarilla B (61-67)	0,65
HORTALIZAS	Euros/Kg
Tarragona (Semana 28)	
Acelga	0,43
Calabacín	0,28
Berenjena	0,38
Judía Plana	0,91
Puerro	0,42
Tomate	0,40
El Llobregat (Semana 28)	
Calabacín	0,45
Pepinos	0,45
Col (unidad)	0,50
Lechuga Romana (unidad)	0,45
Trocadero (unidad)	0,45
Escarola	0,45
Judías Verdes Perona	3,25
Zanahoria	0,60
Tomate Híbrido	0,80
El Maresme (Semana 28)	
Apio (unidad)	0,45
Acelga (manejo)	0,50
Calabacín	0,45
Cebolla Tierna (manejo)	0,80
Pepinos	0,45
Col Hoja Lisa (unidad)	0,50
Lechuga Romana (unidad)	0,45
Hoja Rizada (unidad)	0,45
Espinaca	0,60
Perejil (manejo)	0,40
Zanahoria (manejo)	0,50

Tomate Híbrido0,55
(Las semanas corresponden a los días que se fijan los precios, independientemente de su vigencia)

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, percibidos por el agricultor, del 6 al 12 de julio de 2020, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euros/Tn
Maíz (salida almacén en origen)	17,20
Las cosechadoras de cereal se han ido trasladando desde las parcelas de cebadas tempranas y las de primavera hacia las de trigo, avanzando en una recolección que se ve interrumpida por los episodios de lluvia, más importantes en Rioja Alta, y limitada por las temperaturas nocturnas y los rocíos, que retrasan diariamente el inicio de la labor. Los rendimientos están siendo variables según zonas y casuística de tratamientos, aunque se sitúan por encima de la media.	
FORRAJERAS	Euros/Tn
Heno de Alfalfa	12,50
CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón, Granel (Pie Cortado)	2,20
Bandeja (Pie Cortado)	2,40
Seta Ostra, Granel	2,25
Ostra Bandeja	2,60
Seta Shii-Take, Granel	4,00
La seta de ostra sigue mostrando un comportamiento errático en sus precios mientras se adapta a la nueva situación, con la recuperación parcial del mercado a granel. También se recupera el del champiñón fresco, que muestra sin embargo un precio más firme.	

HORTALIZAS Euros/Kg

Acelga Amarilla (Invernadero)	1,00
Acelga Verde (Aire libre)	0,80
Borraja con Hoja (Invernadero)	0,50
Lechuga Rizada (doc)	3,50
Repollo Hoja Rizada	0,20
Brócoli	0,60
Alubia Verde Fresco	2,10
Pocha	3,30
Guisante Verde ind. (t.) I.T. 110	255,00
Verde ind. (t.) I.T. 130	220,00
Calabacín	0,35
Tomate Redondo 1º	0,55
Redondo 2º	0,40
Tomata	0,90
Tomate Pera	0,50
Pepino Corto	0,40
Pimiento Verde Cristal	1,20
Verde Italiano	0,90
FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO MELOCOTÓN	
Melocotón Rojo 70+	0,55
Nectarina Amarilla 65+	0,60
Paraguay 70+	0,70
ALBARICOQUE	
Albaricoque 40+	0,70
CEREZAS	
26-28 mm	1,90
28-30 mm	2,73
ALMENDRAS CÁSCARA	Euros/Kg
Común	0,60
Largueta	0,79
Marcona	1,06
Las cotizaciones de la almendra se mantienen estables aunque con escasas operaciones, tras conocer que la producción de almendra nacional se situará en torno a las 95.500 t de almendra grano y que en Estados Unidos se logrará la mayor cosecha jamás registrada.	

LEGISLACIÓN

Inversiones de modernización de explotaciones agrarias en Murcia

Más de 400 agricultores de la Región de Murcia se beneficiarán de las ayudas por valor de 6 millones de euros que el Gobierno regional destina dentro de las inversiones en explotaciones agrarias, en el marco del Programa de Desarrollo Rural 2014-2020. La resolución definitiva, en la que se da cuenta de la aprobación de los 407 expedientes beneficiarios, ha sido publicada en el Boletín Oficial de la Región de Murcia (BORM).

Se trata de ayudas específicas para agricultores profesionales, encaminadas a mejorar los resultados económicos de las explotaciones, facilitando su reestructuración y modernización, con objeto de incrementar la participación y orientación hacia el mercado, así como la diversificación agrícola.

Estas ayudas van a permitir incrementar la competitividad de las explotaciones agrarias, a través de la mejora de los rendimientos y la reducción de los costes de producción, mejorar las condiciones de vida y trabajo de los agricultores y ganaderos en el medio rural, así como las estructuras productivas de las explotaciones para lograr la permanencia de la actividad agraria y mantener la población en el medio rural, preservando el medio ambiente.

Entre las solicitudes de ayuda, la Consejería ha dado prioridad a las inversiones que disminuyen el consumo y las emisiones de contaminantes, tales como la adquisición de nueva maquinaria de alta

eficiencia energética o la electrificación rural a partir de fuentes de energía renovables, mediante instalaciones solares fotovoltaicas o eólicas.

Del mismo modo, y dentro de la búsqueda del ahorro y la eficiencia energética e hídrica que persigue el Gobierno regional, se han favorecido las inversiones destinadas a la reducción de pérdidas por evaporación de agua, mediante instalaciones de cubiertas fijas o flotantes que minimicen la evaporación en los embalses, entre otros aspectos.

EXTREMADURA

El Diario Oficial de Extremadura ha publicado las 152 nuevas propuestas admitidas por la Dirección General de Política Agraria Comunitaria y referidas a la convocatoria de ayudas para creación de empresas por jóvenes agricultores hecha por la Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio.

Estas propuestas de resolución corresponden a aquellos jóvenes agricultores con puntuaciones comprendidas entre 31 y 34. Con esta nueva remesa, son 445 las solicitudes ya aprobadas correspondientes a la convocatoria de 2019, que suman un importe de ayuda de 20 millones de euros.

La Junta recuerda que puesto que se convocaron 30 millones de euros, en las próximas semanas se resolverán los expedientes correspondientes a 30 puntos una vez que se ha com-

pletado el trámite de audiencia, hasta conceder la totalidad de los 30 millones convocados.

Con estas resoluciones, los jóvenes agricultores pueden recibir préstamos de las entidades financieras en virtud del Convenio de la Consejería de Agricultura con Extraval para financiar las inversiones para su instalación en la empresa agraria. Entre las inversiones que se han aprobado destacan la compra de tierras, la adquisición de ganado ovino y caprino, la compra de colmenas, las inversiones en bienes inmuebles como naves, las plantaciones de frutales o la compra de maquinaria, entre la que destacan los tractores.

VIETNAM

La Comisión Europea ha fijado los cupos con arancel cero hasta finales de 2021 para la entrada de varios productos —entre ellos atún, ajo, maíz y azúcar— originarios de Vietnam, país con el que la UE ha suscrito un acuerdo comercial que comenzará a aplicarse el próximo 1 de agosto.

Según el Reglamento de Ejecución 2020/1024 que el 15 de julio publicó el Diario Oficial de la UE (DOUE), del 1 de agosto al 31 de diciembre de 2020 podrán entrar 12.500 toneladas de fécula de mandioca; 8.333,334 t de azúcar y otros productos que contienen altos niveles de azúcar; y 4.791.668 t de atún, listado y bonito. También, 2.083,334 t de maíz dulce; 833,334 t de manitol, sorbitol y dextrina; 416,668 t de

etanol; 208,334 t de huevos de ave sin cáscara; otras 208,334 t pero esta vez de preparaciones de surimi; y 167,668 t de ajos; 166,668 t de azúcar especial y 145,834 t de setas.

Para 2021 todas estas cantidades aumentan: 30.000 t de fécula de mandioca; 20.000 t de azúcar; 11.500 t de atún; 5.000 t de maíz dulce; 2.000 t de manitol, sorbitol y dextrina; 1.000 t de etanol; 500 t de huevos sin cáscara; 500 t de preparaciones de surimi; 400 t de ajos; 400 t de azúcar especial y 350 t de setas.

DOUE

—**DICTAMEN del Comité Económico y Social Europeo** sobre la «Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se establecen determinadas disposiciones transitorias para la ayuda del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader) y del Fondo Europeo Agrícola de Garantía (FEAGA) en el año 2021, y por el que se modifican los Reglamentos (UE) n° 228/2013, (UE) n° 229/2013 y (UE) n° 1308/2013 en lo que respecta a los recursos y su distribución en el año 2021 y se modifican los Reglamentos (UE) n° 1305/2013, (UE) n° 1306/2013 y (UE).

—**REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) 2020/991 DE LA COMISIÓN de 13 de mayo de 2020** relativo a la apertura y modo de gestión de contingentes arancelarios de importación

de arroz originario de la República Socialista de Vietnam.

BOE

—**RESOLUCIÓN de 30 de junio de 2020**, de la Secretaría de Estado de Infraestructuras, Transporte y Vivienda, por la que se acuerda iniciar el procedimiento para el otorgamiento de compensaciones a los transportes de plátano con origen en Canarias realizados en el año 2019.

—**REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) 2020/1003 DE LA COMISIÓN de 9 de julio de 2020** por el que se renueva la aprobación de las cepas VRA 1835, VRA 1984 y FOC PG 410.3 de Phlebiopsis gigantea como sustancias activas de bajo riesgo, de conformidad con el Reglamento (CE) n° 1107/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la comercialización de productos fitosanitarios, y se modifica el anexo del Reglamento de Ejecución (UE) n° 540/2011 de la Comisión.

—**CIRCULAR 5/2020, de 9 de julio, de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia**, por la que se regula la gestión del mecanismo de fomento del uso de biocarburantes y otros combustibles renovables con fines de transporte y se modifica la Circular 2/2017, de 8 de febrero, por la que se regulan los procedimientos de constitución, gestión y reparto del fondo de pagos compensatorios del mecanismo de fomento del uso de biocarburantes y otros combustibles renovables con fines de transporte.

EFEAGRO



El desarrollo de biorrefinerías permitirá aprovechar los desechos de la industria de los cítricos. / ANECOOP

Anecoop colabora en un proyecto para aprovechar los desechos de los cítricos

El proyecto-Enrich trabaja en el desarrollo de biorrefinerías capaces de procesar subproductos derivados del procesamiento de los cítricos

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Anecoop colabora en un proyecto europeo que busca vías para aprovechar los desechos de la industria de los cítricos. El proyecto-Enrich, así se denomina esta iniciativa, tiene entre sus objetivos el desarrollo de biorrefinerías capaces de procesar subproductos derivados de la producción y procesamiento de los frutos cítricos.

Este estudio cuenta con la participación de varias entidades europeas. Por la parte española, dos de las firmas que participan son la cooperativa Anecoop, que es el principal proveedor de biomasa procedente de cítricos para el proyecto, y la biorrefinería de cítricos Nat-tech SL.

Actualmente en el proyecto, a través de la optimización de tecnologías existentes de fraccionamiento de biomasa (materia orgánica susceptible de ser aprovechada) y del desarrollo de nuevos enfoques de extracción de compuestos bioactivos, se está llevando a cabo el aislamiento y purificación de compuestos pro-

cedentes de los frutos cítricos, principalmente naranjas.

Los cítricos, un cultivo que incluye las naranjas, mandarinas, limones y pomelos entre diversos frutos y variedades, son plantaciones permanentes capaces de adaptarse a diferentes climas con una notoria importancia en todo el mundo. Su consumo y producción mundial ha atravesado un periodo de enorme crecimiento en los últimos años. Como consecuencia, la producción de estos frutos ha crecido rápidamente y permitido aumentar el consumo por cápita y el consumo total de cítricos.

Sin embargo, la rápida expansión de la productividad y el lento aumento de la demanda en determinados momentos de la campaña ha generado también un incremento de los desechos, principalmente de piezas que no llegan al consumidor. Estos desechos, junto con aquellos procedentes de los subproductos de la industria del procesado, principalmente zumos, han provocado un enorme impacto ambiental.

Este proyecto trata de aprove-

char esas piezas frescas enteras desechadas en la producción de la biomasa. La otra gran parte de la misma son cáscaras procedentes de la industria del zumo. Hoy en día, los productos finales que se están desarrollando en el proyecto están compuestos principalmente a partir de extracto de piel de cítrico con un contenido aproximado en hesperidina del 50-60%. Estos productos pueden ser usados en diferentes sectores (alimentación humana, nutrición animal, cosmética, nutracéutica, y adhesivos), y, además, contribuyen al desarrollo de soluciones ante reto medioambiental de los residuos cítricos, y responden a la demanda del mercado por este tipo de ingredientes.

Anecoop, uno de los principales exportadores de cítricos del mundo y la primera empresa hortofrutícola del mediterráneo, es también socio del proyecto Pro-Enrich. Concretamente, es el principal proveedor de biomasa procedente de cítricos para el proyecto.

El proyecto Pro-Enrich ha sido financiado por la Bio-Bio-based Industries Joint Undertaking (BBI JU) en el marco del programa de investigación e innovación Horizonte 2020 de la Unión Europea a través de la convocatoria H2020-BBI-JTI-2017.

Guillem Export alcanza un acuerdo con Grupo Atitlan para impulsar su crecimiento

El acuerdo permitirá a Guillem Export aumentar significativamente su volumen de comercialización, superando los 110 millones de kilos de cítricos.

► **VF. REDACCIÓN.**

La compañía de origen valenciano Guillem Export ha alcanzado un acuerdo con Grupo Atitlan con el objetivo de impulsar su crecimiento y mejorar su posicionamiento en campo. El acuerdo se cerrará definitivamente en las próximas semanas, mientras se completa la documentación definitiva.

Este acuerdo integra el proyecto agrícola de cítricos de Atitlan —que recientemente adquirió Frutas Romu— dentro de Guillem Export y se engloba dentro de la estrategia del grupo de impulsar sus inversiones en el sector primario, continuar creciendo en el sector y potenciar alianzas comerciales con los líderes de la distribución europea y del Reino Unido.

Gracias a este acuerdo, Guillem Export se sitúa como una de las compañías líderes del sector, ya que le permite integrar hasta 50 millones de kilogramos de producción de Frutas Romu, que se desarrollan en las 1.300 hectáreas que opera, aumentando así su volumen de comercialización hasta superar los 110 millones de kilogramos de cítricos. Ade-

más, la operación permite a la compañía incorporar el limón como nueva referencia, potenciar sus alianzas comerciales con los líderes de la distribución europea y del Reino Unido, así como la racionalización de almacenes, mejorando su eficiencia y competitividad.

Fernando Guillem, director general de Guillem Export ha señalado que “aliarse con Atitlan supone un importante impulso que nos permite continuar con el crecimiento que hemos registrado en los últimos años, mejorando procesos y aumentando nuestra productividad, al mismo tiempo que acompañamos el crecimiento de nuestros clientes estratégicos”.

“Con esta alianza, desde Atitlan reforzamos nuestra apuesta por el sector primario. Estamos convencidos de que la operación, que ha sido posible gracias al buen entendimiento con Fernando Guillem y a las sinergias comerciales entre ambas compañías, mejorará significativamente la calidad y el servicio que ofrecemos a nuestros clientes”, ha destacado Francisco Llopis, responsable del área de Sector Primario y Alimentación de Atitlan.



El acuerdo permitirá la racionalización de almacenes, mejorando su eficiencia y competitividad. / ATITLAN

Fruits de Ponent, nuevo miembro del Comité Ejecutivo de la Red Española del Pacto Mundial

► **VF. REDACCIÓN.**

La Red Española del Pacto Mundial renovó el 9 de julio, según sus estatutos, la mitad de los cargos de su Comité Ejecutivo, cuya misión es el impulso de la organización, la aprobación de la estrategia y la gestión, entre otros aspectos clave. De este modo, Josep Presseguer, director general de Fruits de Ponent, ha asumido el cargo en la 16ª Asamblea General, incorporándose como vocal del Comité Ejecutivo de la Red Española, la más numerosa y de las de mejor desempeño del Pacto Mundial de Naciones

Unidas a nivel internacional, con más de 1.600 entidades adheridas. Fruits de Ponent participa así en la gestión y representación de esta iniciativa de la ONU en España, la más importante en sostenibilidad empresarial del mundo, contribuyendo activamente a promover y difundir la incorporación de los Diez Principios del Pacto Mundial y de la Agenda 2030 en las estrategias de las empresas españolas.

Fruits de Ponent aplica los 10 principios del Pacto Mundial, así como la sostenibilidad en su gestión diaria, queriendo



Josep Presseguer, director general de Fruits de Ponent. / FDP

ser ‘motor cooperativo’ para un mundo más justo y un planeta sano y saludable.

Como socio de la Red Española del Pacto Mundial y en su compromiso con la sostenibilidad, durante estos últimos años la compañía ha participado activamente en las acciones propuestas por la organización destacando

su apuesta por la sostenibilidad medioambiental y el cambio a una energía verde, así como las diferentes acciones en materia de objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) encaminadas a combatir las desigualdades sociales y la pobreza.

Fruits de Ponent se une así, junto con 12 nuevas entidades,

a un Comité Ejecutivo formado por 21 miembros y que contempla la representación del sector empresarial en todas sus dimensiones (público y privado) y tamaños (gran empresa y pymes), así como la representación del sector no empresarial. En este sentido, la formación actual del Comité ejecutivo queda determinada de la siguiente forma:

Junta directiva: Clara Arpa de ARPA EMC (presidencia); Víctor Viñuales de Ecodes (vicepresidencia); Clara Bazán de Mapfre (secretaría); Ángel Fraile de Endesa (tesorería)

Vocalías: Accenture, Agroamb Prodalt, Atravia, Auchan, Fruits de Ponent, Fundación Adecco, Fundación Novia Salcedo, Grupo Antolín, Grupo Iberostar, ICEX, IESE - Universidad de Navarra, Instituto de Empresa - IE Business School, Nechi Group, PRISA, Quirón Salud, Suez, Supracafé,



Autorización excepcional para Harvista™ 1.3 SC

AgroFresh ha obtenido la autorización excepcional del Ministerio de Agricultura para la comercialización y uso durante un periodo de 120 días en España.

AGROFRESH.

Harvista™ 1.3 SC, la solución precosecha de AgroFresh que proporciona un mayor control sobre la ventana de cosecha, ha obtenido la autorización excepcional por parte del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para la comercialización y uso durante un periodo de 120 días en España. Esta herramienta ayudará al sector, en estas circunstancias tan especiales que atravesamos, a gestionar la cosecha de fruta en las mejores condiciones a pesar de la escasez de mano de obra.

Desde el 13 de julio de 2020 hasta el 26 de octubre, Harvista™ estará disponible para los productores de fruta de pepita (manzana y pera).

EFICACIA PROBADA

Harvista™ ayuda a los productores a controlar la madurez de la fruta en campo permitiendo así una mejor planificación de la cosecha, optimizando la calidad de la fruta y la mano de obra disponible.

- Retrasa los procesos de maduración vinculados al etileno.
- Ofrece flexibilidad en la aplicación hasta 3 días antes de la cosecha para una mejor toma de decisiones.
- La ventana de cosecha se

puede ampliar de 7 a 14 días optimizando la mano de obra disponible y permitiendo aumentar el rendimiento de la fruta de calidad Extra.

- Reduce desórdenes tales como el rajado o "cracking" o el pardeamiento interno en variedades propensas a presentar estos daños.

"Los productores que usan Harvista durante varias temporadas (en los países donde

Harvista™ ayuda a los productores a controlar la madurez de la fruta en campo

está registrado) disfrutaron de una mayor flexibilidad en la cosecha, para administrar los recursos laborales, garantizar la cosecha en la madurez correcta, reducir el desperdicio de alimentos y, en última instancia, ofrecer más fruta de alta calidad a los consumidores. A medida que la industria de productos frescos avanza para afrontar los desafíos de suministro de frutas en medio de una pandemia, estamos felices de que los productores españoles puedan beneficiarse de Harvista gracias a este permiso de uso de emergencia", afirma Ana Durán, responsable comercial en AgroFresh España.

Harvista™ se está comercializando con éxito en Argentina, Australia, Brasil, Canadá, Chile, EEUU, Israel, Turquía y Sudáfrica.

Inmaculada Sanfeliu asume la presidencia del CGC

La Asamblea General Extraordinaria del Comité de Gestión de Cítricos aprueba por unanimidad el nombramiento

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Asamblea General Extraordinaria del Comité de Gestión de Cítricos (CGC), celebrada el pasado 15 de julio, aprobó por unanimidad el nombramiento de Inmaculada Sanfeliu Feliu como su nueva presidenta. Sanfeliu culmina así una trayectoria profesional vinculada con el sector cítrico y ligada en su mayor parte a esta entidad, para la que comenzó a trabajar en 1991. La nueva máxima responsable del CGC estará respaldada por las cinco vicepresidencias que durante el último semestre, y de manera interina, han compartido esta responsabilidad tras la marcha, en diciembre de 2019, de Manuel Arrufat, su predecesor. Se trata de los empresarios Vicente Giner (Vicente Giner, SA), José Luis Martinavarró (Cítrico Global, SL), Marcos Gual (Bagu, SL) y Antonio Peiró-Camaró (Peiró Camaró, SL), así como de José Vicente Guinot (presidente de Fepac-Asaja). En los últimos meses, además, el CGC ha reforzado su plantilla y mejorado sus servicios técnicos.

Varios destacados empresarios quisieron tomar la palabra para agradecer a Sanfeliu el trabajo realizado durante décadas como técnico del CGC, primero, y desde julio de 2017 como primera ejecutiva de la entidad. La propia Sanfeliu, por su parte, confesó sentirse "orgullosa" por la confianza en ella depositada al tiempo que destacó el reto que supone pasar a presidir la que "sin duda, es la mayor organización cítrica del mundo". Y fiel a su carácter siempre riguroso con los datos, acto seguido, justificó su afirmación.

Efectivamente, el sector cítrico español produce 7,5/8 millones de toneladas, con un valor medio de 4.000/4.300 millones de euros. De estos, 3.100/3.200 millones proceden de la exportación, de los cuales, al sector privado, representado por el CGC, con 120 empresas y 25 Organizaciones de Productores (OP's), le corresponden más de 2.300-2.400 millones. España es líder en exportación de naranjas, mandarinas y limones en fresco y el CGC es, por todo ello, la entidad con mayor



Inmaculada Sanfeliu es la nueva presidenta del Comité de Gestión de Cítricos. / CGC

Las 120 empresas del CGC generan un volumen de negocio de más de 2.400 millones cada campaña, lo que lo convierte en la mayor organización cítrica del mundo

representatividad en el comercio mundial de cítricos. Alrededor de tres de cada cuatro frutos cítricos comercializados en fresco en nuestro país es recolectado, manipulado y confeccionado por exportadores privados y las OP's que integran las producciones de estos, representados por el CGC. De hecho, sus compañías miembro dan empleo a "la mayor parte de los alrededor de 200.000 trabajadores (143.000 recolectores y 57.000 operarios de almacenes de confección) que viven de la naranja y de la mandarina en España, detalló Sanfeliu en su discurso tras asumir la presidencia.

Inmaculada Sanfeliu es ingeniero agrónomo por la UPV. Asumió en 1991 su primer cargo de responsabilidad en Bruselas, año en el que comenzó a ejercer como técnico del Área de Agricultura y Política Comercial en la Oficina de la Comunitat Valenciana. Desde entonces y

hasta 1996 simultaneó tal labor con la representación europea del propio CGC. A partir de octubre de aquel año, y sin moverse de tal ciudad, pasó a trabajar para Intercitrus con las mismas funciones. Con el arranque de la temporada 98/99 se incorporó directamente como técnico en el organigrama profesional del Comité en su sede central. En julio de 2017 reemplazó a José Martínez en la dirección general, quien se jubiló entonces. Por su trayectoria, Sanfeliu es una profunda conocedora del sector cítrico español, de su imparable proceso de internacionalización, de la Política Agrícola Común (PAC), de los tratados comerciales (OMC, acuerdos de asociación o con países terceros), así como de la normativa comunitaria, nacional y autonómica vinculada a esta actividad. "Desde 1991 mido el tiempo por campañas cítricas, no por años", confesó.

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



abranding.net

GREENGARD-SCALD

Potenciador de la resistencia natural de manzanas y peras contra el escaldado superficial de la fruta

Potencia la resistencia de manzanas y peras contra el escaldado superficial de la fruta.

Tratamiento en baño con formulados a base de productos naturales.

Especialmente recomendado para manzana cv. Golden Delicious y peras (cv. Blanquilla, Conference y Rocha).

Efecto adicional sobre el retraso de la maduración, y como consecuencia, ayuda a mantener la frescura y el color inicial de la fruta.

Eficacia comprobada en aplicaciones industriales.



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

Melón y Sandía de La Mancha y Villacañejos

valencia fruits
dossier

Información elaborada por Nerea Rodríguez



CRISTÓBAL JIMÉNEZ / Presidente de la Interprofesional de Melón y Sandía de CLM

“Nuestro objetivo debe ser mantener una calidad constante durante toda la temporada”

Cristóbal Jiménez, presidente de la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha confirma, con cifras oficiales, una superficie de cultivo en La Mancha de 8.572 hectáreas entre melón y sandía. Mientras el melón reduce ligeramente sus plantaciones, la sandía las aumenta, en una campaña en la que en el mes de abril se pedía prudencia y control a la hora de sembrar.

Con una temporada en ciernes marcada por la COVID-19, Cristóbal Jiménez lanza el mensaje al sector manchego de centrar todos los esfuerzos en mantener la calidad, porque con calidad y una oferta, en relación con la demanda, no es excesiva, siempre habrá una tendencia de precios positiva.

Valencia Fruits. En estos días han finalizado las últimas siembras en La Mancha, tras la recomendación de la Interprofesional de planificar bien estas siembras, ¿cuáles son las cifras de la superficie plantada para la campaña 2020?

Cristóbal Jiménez. Según los datos que nos ha proporcionado la Consejería de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha a la Interprofesional de Melón y Sandía, basados en las declaraciones del Pago Básico de la PAC, la superficie plantada de melón asciende a 5.853 hectáreas; lo que se traduce en una ligera reducción de la superficie sembrada (329 hectáreas) con respecto al año pasado, tendencia recomendada por la Interprofesional



Cristóbal Jiménez afirma que tiene buenas sensaciones ante la salida al mercado del melón y sandía de Castilla-La Mancha. / ASAJA CIUDAD REAL



La superficie de melón sigue con su tendencia a la baja en La Mancha / N. RODRIGUEZ

“No se puede hablar de retraso en este 2020, es un año normal”

“Si la IGP no termina de despegar del todo es consecuencia de los personalismos del sector”

ante la crisis del COVID-19, ante un posible descenso del consumo, reducción de las exportaciones y menos visitas de turistas extranjeros a España. Sin embargo, en el caso de la sandía la superficie se ha incrementado en 84 hectáreas, llegando a las 2.719.

VF. Analizando estas cifras, el descenso del 20% del que se hablaba semanas atrás será menor, ¿no?

CJ. Así lo confirman las cifras oficiales. Hay reducción de la superficie plantada de melón en Castilla-La Mancha para esta campaña, pero me-

nos de la que recomendábamos. Supone alrededor de un 5,5%, frente al 20% esperado y que inicialmente los productores sí estaban siguiendo. Pero, en el último momento de la campaña de siembra, se han relajado las restricciones que se autoimpusieron en la primera fase de plantaciones.

La superficie de sandía continúa con su tendencia alcista, la mayoría en la provincia de Ciudad Real, que produce en torno al 90% de esta fruta en la región y el 80% respecto al melón.

VF. ¿Para cuándo están previstos los primeros cortes melón? Al igual que ha sucedido en Almería y Murcia, ¿habrá retraso en La Mancha?

CJ. En La Mancha comenzamos habitualmente alrededor del 20 de julio a cortar melón. No se puede hablar de retraso en este 2020, es un año normal. Eso sí, para esta fecha solo salen los de manta térmica, que son los primeros que se siembran.

VF. La sandía manchega entra al mercado antes que el melón. ¿Cómo han funcionado las primeras ventas?

CJ. Este año van a entrar prácticamente juntos. Todavía no hemos comenzado a cortar y vender. Veremos cómo se dan las primeras ventas, previsiblemente, en la última semana de julio. Ahí será cuándo podremos saber como están funcionando las ventas iniciales de melón y sandía de nuestra región.

VF. En el campo, ¿qué podemos ver en las plantaciones? ¿Cómo se está desarrollando la fase de cuaje? ¿La climatología está siendo benigna? ¿Ha habido una mayor incidencia de plagas o enfermedades este año?

CJ. La fase de cuaje se está desarrollando con total normalidad, este año hemos tenido una climatología típica, la habitual de la zona, y tampoco hemos observado una mayor incidencia de plagas. Podemos decir que nos encontramos en una campaña dentro de la normalidad, teniendo en cuenta, eso sí, que se trata de un cultivo al aire libre, que no tiene nada que ver con los de invernadero.

VF. En el plano comercial, visto cómo ha concluido la campaña almeriense y cómo se está desarrollando la temporada murciana, ¿qué sensaciones transmite el mercado de cara a la temporada manchega?

CJ. Desde la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha no estamos en condiciones ni posición de valorar el desarrollo de las otras campañas porque no tenemos los datos de primera mano. Lo que sí hay que tener en cuenta es que cuando están terminando las campañas el producto que se puede ofrecer es, por norma, de menor calidad.

El término de las campañas de Almería y Murcia coincide cuando salimos nosotros al mercado, haciéndolo con una calidad extra. Además, si la oferta en relación con la demanda no es excesiva, siempre habrá una tendencia de precios positiva. Sobre ese momento de salida al mercado del melón y san-

(Pasa a la página 4)

GLOBALGAP®

Azuer MELÓN
Azuer SANDÍA SIN PEPITAS
Geografía de Calidad

AgroBORJA S.L.

Ctra. N. 430 Manzanares - Daimiel • Tels.: 620 729 747 / 639 882 418
E-mail: agroborja.sl@gmail.com • Web: www.agroborjasl.com

Producción y Comercialización de Melones y Sandías

▶▶ **MANZANAS
Y PERAS**

▶▶ **CÍTRICOS**

▶▶ **MELÓN Y
SANDÍA**



DECCO *shield*

**PROTEGIENDO
TUS CULTIVOS
FRENTE A LA
RADIACIÓN SOLAR**



/ Tel. (+34) 961 344 011 info@deccoiberica.es /
www.deccoiberica.es /

DECCO  [®]
Naturally Postharvest

“Nuestro objetivo...”

(Viene de la página 2)

día de Castilla-La Mancha sí te puedo decir que tenemos buenas sensaciones.

VF. Los precios alcanzados hasta el momento, ¿podrán mantenerse o al menos no bajar mucho con una oferta manchega más controlada y una demanda sujeta a la progresión de la pandemia?

CJ. Ahora mismo la sandía tiene un precio muy bajo, pero siempre debemos tener en cuenta la variable de la calidad, y la de nuestra sandía es suprema. Aún no ha salido al mercado, pero la lógica nos dice que debería mantenerse un precio razonable con el que poder cubrir costes y que, al tiempo, les permita a los productores tener un margen digno.

VF. Desde la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha ¿se ha marcado alguna ‘hoja de ruta’ para intentar llevar la temporada ‘a buen puerto’?

CJ. La hoja de ruta la empezamos a marcar a finales de marzo, cuando tuvimos en cuenta que nos encontrábamos frente a un año muy atípico, sobrevenido por la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 y, por tanto, debíamos planificar muy bien las siembras. En ese momento intentamos trasladar a los productores que lo importante era sembrar como si ellos fueran el vendedor directo; no hay mejor hoja de ruta que esa para el bien de todo el sector.

VF. Este año, tal como están las cosas, ¿es el año para darle el empujón definitivo a la IGP Melón de La Mancha o mejor centrarse en ‘salvar la temporada’?

CJ. Desde la Interprofesional siempre estamos dándole un empujón y proyectando la IGP sin olvidarnos de la temporada. Si la IGP no termina de despegar del todo es consecuencia de los personalismos del sector; porque cada uno quiere que su marca destaque y no quieren sacrificar su visibilidad. Pero la principal



El presidente de la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha confirma que la fase de cuaje se está desarrollando con total normalidad con una climatología típica, la habitual de la zona. / NEREA RODRIGUEZ



La recomendación de la Interprofesional a los productores: “Sembrar como si vosotros fuerais el vendedor directo”. / NR

“Hay reducción de la superficie plantada de melón en Castilla-La Mancha para esta campaña, pero menos de la que recomendábamos. Supone alrededor de un 5,5%, frente al 20% esperado”

razón de que la IGP no consiga el rango que merece es porque queremos un melón selecto, con certificaciones, pero nos cuesta pagar lo que eso vale.

VF. Como presidente de la Interprofesional: un mensaje para productores y comercializadores

“En las dos primeras semanas de julio, la sandía está registrando unos precios muy bajos, pero debemos tener en cuenta la variable de la calidad, y la de nuestra sandía es suprema”

manchegos, para la distribución y para los consumidores.

CJ. En primer lugar, recordar a todo el sector que nuestro objetivo debe ser mantener la calidad de nuestro melón y sandía, ahí deben ir dirigidos todos nuestros esfuerzos. Por otro lado, que el precio se reparta lo más justamente posible entre los tres eslabones principales (productor, comercializador y distribuidor) para que no sea siempre el productor el que salga a pérdidas y no cubra ni siquiera sus costes. Y, por último, que el consumidor pague un precio justo de un producto de calidad y que lo valore como tal.

LA MANERA MÁS FRESCA DE TRANSPORTAR TU CARGA.

Para el cuidado de tus mercancías delicadas y perecederas, MSC ofrece una red global de expertos altamente cualificados en el transporte refrigerado. Garantizamos un servicio ágil, flexible y a medida, que preserva el estado de tu mercancía desde el momento en que se carga hasta que llega a su destino.

[msc.com/reefer](https://www.msc.com/reefer) **MOVING THE WORLD, TOGETHER.**

Nueva Sandía en La Mancha



¡Posiblemente la Mejor del Mundo!



www.dulcinealamancha.com

FRANCISCO JAVIER NÚÑEZ / Director gerente de Núñez García y Perico

“Este año queremos llegar hasta los 7.000.000 kg comercializados y la exportación será clave”

Francisco Javier Núñez, director gerente de la firma Núñez García y Perico, más conocida por ‘Caballero andante’, su marca comercial insignia, confirma que el reto es alcanzar este volumen de ventas y mantener así la tendencia alcista de los últimos años. Para ello, la exportación será clave. Presente ya en Francia, Portugal, Suiza e Inglaterra, en esta campaña enviarán también sus sandías y melones a Países Bajos.

Valencia Fruits. ¿Cuál es el balance de Núñez García y Perico de la campaña 2019?

Francisco Javier Núñez. En la primera parte de campaña, los precios fueron más bajos de lo normal, pero luego se fueron recuperando y al final pudimos concluirla de forma satisfactoria. En los últimos años, el final de campaña está funcionando bien, con una demanda activa y buenos precios. La razón creo que se debe a que los veranos cada vez son más largos, manteniéndose las altas temperaturas hasta bien entrado el mes de septiembre. Y el calor fomenta el consumo de melón y sandía.

VF. Y ¿cómo ha sido el inicio de la campaña 2020 de melón y sandía para Núñez García y Perico?

FJN. La empresa dio el pistoletazo de salida a la campaña 2020 el 15 de junio con las producciones de melón de Murcia al aire libre y Córdoba, y sandías de Sevilla, como todos los años.

Ha sido un comienzo bastante atípico. El pedrisco y



Francisco Javier Núñez avanza que durante los meses de invierno comenzarán las obras de ampliación del almacén para tenerlo todo listo para la campaña 2021. / CABALLERO ANDANTE

las lluvias que cayeron en Murcia han ocasionado más problemas en el campo de lo que se preveía en un primer momento, lo que se están traduciendo en una falta de producto en algunos momentos.

En cuanto a la situación del mercado en estas sema-

nas de junio y julio, podemos decir que está bastante ‘alegre’ con una demanda fluida y precios en campo en torno a 0,50-0,55 euros/kilo.

VF. ¿Qué podemos avanzar de la campaña en La Mancha?

FJN. El inicio de la temporada en La Mancha será alrededor del 20-25 de julio, es decir, en las fechas tradicionales para nuestra zona. En un principio se esperaba un ligero retraso debido a las lluvias que hubo a principios de junio, pero las altas temperaturas de las semanas siguientes han permitido recuperar el ritmo normal de crecimiento de las plantaciones.

En el campo no se han detectado plagas ni enfermedades, hasta el momento. Esperamos que la situación se mantenga así durante los próximos dos meses, que son claves para la campaña manchega.

VF. ¿Cuáles son las cifras de producción que manejan para este año?

FJN. En la parte de producción propia, la empresa

mantiene su superficie de cultivo en cifras similares al año pasado, 10 hectáreas en sandía y otras 10 de melón. No son extensiones muy grandes, pero contamos con productores de la zona, con los que colaboramos desde hace años, y con ellos completamos la oferta de la empresa.

En el ejercicio 2019 superamos las 6.000 toneladas en ventas y nuestro propósito este año es seguir aumentando el volumen de comercialización y llegar hasta las 7.000 toneladas.

La clave para lograr alcanzar esta cifra será la exportación.

Ya el año pasado logramos darle un empujón y realizamos envíos, además de a Francia y Portugal, a Suiza e Inglaterra. Y para este año vamos a ampliar esta lista con Países Bajos.

VF. ¿Cómo se reparten los porcentajes entre melón y sandía en Núñez García y Perico?

FJN. Los porcentajes entre melón y sandía se mantienen en un 60-40, pero estamos a la espera de poner en marcha una línea nueva para sandía en el nuevo almacén. Por lo que, de cara al año que viene, es muy probable que lleguemos a un 50-50 o incluso la sandía supere al melón en el volumen de ventas. Todo dependerá de cómo funcione la exportación ya que, como todos sabemos, la sandía tiene más salida en Europa que el melón Piel de Sapo.

VF. ¿Cómo valora el trabajo que están desarrollando las casas de semillas en la obtención de nuevas variedades?

FJN. Si hablamos de melón, hay que destacar el buen trabajo que están realizando para recuperar el sabor tradicional del melón manchego, algo que se había perdido en los últimos años. Sin dejar de lado la productividad y la resistencia a plagas y enfermedades, ahora se está dando más importancia al sabor. Se están desarrollando variedades que realmente garantizan el dulzor que han caracterizado a los melones de La Mancha. Es importante recuperar nuestro valor diferencial.

VF. ¿Cómo marchan las obras del nuevo almacén?

FJN. Todo estaba listo para comenzar con las obras de ampliación de la nave, pero con la crisis sanitaria y el estado de alarma, se ha paralizado todo. Y ahora con la campaña 2020 en ciernes, es complicado iniciar las obras. Por lo tanto, si todo va bien comenzaremos este invierno para tenerlo todo listo en junio de 2021 cuando iniciamos una nueva campaña.

VF. ¿Hay novedades en la cartera de clientes de la empresa?

FJN. Mantenemos nuestra cartera de clientes centrada en pequeñas cadenas de supermercados que están funcionando muy bien, además de empresas mayoristas y almacenes.

Y en la parte de exportación, trabajamos con distribuidores de Francia, Portugal, Suiza e Inglaterra, y a partir de esta campaña también haremos algo con Países Bajos.

“En la parte de producción propia, la empresa mantiene su superficie de cultivo en cifras similares al año pasado, 10 hectáreas en sandía y otras 10 de melón”

VILLALTA VALERO

MELONES y SANDÍAS

Ctra. Nacional 430A, km. 366,200 • 13230 MEMBRILLA (Ciudad Real)
Tel. y Fax: 926 636 322 - Móviles: 649 416 768 • 615 977 291
E-mail: villaltavalero@villaltavalero.com • www.villaltavalero.com

Núñez-García y Perico, S.L.

EL CABALLERO ANDANTE

R.G.S.A. 21.15472/CR
TEL. 926 61 42 81
MANZANARES-MEMBRILLA (CIUDAD REAL)

MELÓN Y SANDÍA
¡Obsesión por la calidad!

■ **Dirección:**
Ctra. Nacional 430 - Km 365
Apdo. de Correos, 154
13200 Manzanares (Ciudad Real)
meloneselcaballeroandante@gmail.com
www.elcaballeroandante.net

■ **Teléfonos:**
Almacén: 926 614 281
Fax: 926 620 953
Paco Núñez: 696 980 499
Fco. Javier Núñez: 669 955 196

RAMÓN GARCÍA CERVIGNON / Gerente de Dulcinea La Mancha SL

“La sandía ‘Dulcinea’ se caracteriza por su textura firme, su dulzor y por ser muy refrescante, con un bajo contenido en pepitas”

Melones y sandías “Dulcinea” con una línea fresca y desenfadada con ciertos rasgos manchegos, quiere conseguir captar la atención del consumidor, provocando así, una cercanía y confianza en el producto que van a adquirir. Su gerente, Ramón García explica en la siguiente entrevista el modelo de negocio de Dulcinea La Mancha SL centrada en ofrecer al cliente un producto de la más alta calidad los doce meses del año.

Valencia Fruits. ¿Cuál es la actividad de Dulcinea La Mancha SL?

Ramón García Cervignon. Dulcinea La Mancha SL se dedica a producir, seleccionar y distribuir sandía y melón.

Nuestros productos se cultivan principalmente en tierras manchegas, garantizando de esta manera al consumidor el suministro de abril a octubre, pero también contamos con productores en Almería, Murcia y Sevilla, cubriendo así toda la campaña nacional. Y en los meses de invierno, trabajamos la contraestación con las producciones de Brasil y Senegal. Así, la empresa cubre con producto de calidad los doce meses del año.

Disponemos de unas instalaciones dotadas de la más alta tecnología que nos permite hacer frente al volumen de pedidos diarios. Y nuestro personal cualificado, con una larga experiencia en el sector, asegura un índice de



Dulcinea La Mancha SL se dedica a producir, seleccionar y distribuir sandía y melón. / DULCINEA LA MANCHA



Imagen de los melones Dulcinea. / DLM

calidad y un nivel de respuesta extraordinario.

VF. Entre melón y sandía, ¿cuál de estos productos tiene más cuota de ventas?

RGC. La sandía representa una mayor cuota de ventas en la empresa. Trabajamos principalmente sandía negra y rayada sin semillas y la sandía mini.

La sandía ‘Dulcinea’ se caracteriza por su textura firme, dulce

“La empresa cuenta con los certificados de garantía Global GAP con extensión GRASP además de IFS y Registro Sanitario”

y refrescante con un bajo contenido en pepitas. Es por ello que es una de las frutas más demandadas en temporadas de calor y en verano mucho más.

VF. ¿Cuáles son las marcas comerciales de la empresa?

RGC. Dulcinea La Mancha y Dulcinea La Mancha Oro son las marcas comerciales bajo las que comercializamos nuestros melones y sandías.

Estas marcas representan un producto de máxima calidad con un nivel alto de sabor y sin pepitas.

VF. ¿Bajo qué certificaciones de calidad trabaja Dulcinea La Mancha SL?

RGC. La empresa sigue procesos regulados por todas las normas y controles en cuanto a tratamientos fitosanitarios se refiere y contamos con los certificados de garantía Global GAP con extensión GRASP además de IFS y Registro Sanitario.

VF. ¿Cómo se compone la cartera de clientes? ¿Qué importancia tiene la exportación?

RGC. Trabajamos tanto con cadenas de supermercados como con los principales mercados mayoristas del territorio nacional.

En cuanto a la exportación, cubrimos Portugal y países de centro Europa.

VF. Centrándonos ahora en la campaña 2020, ¿cómo ha sido el inicio de la temporada nacional, teniendo en cuenta este año tan atípico?

RGC. El inicio ha sido bueno, a pesar de lo raro que está todo debido al coronavirus. En Dulcinea La Mancha se está trabajando con cierta normalidad tomando todas las medidas de prevención y seguridad adecuadas.

En la Mancha se prevé una campaña larga con mucha calidad, debido a las altas temperaturas. La llegada de las primeras sandías y melones será a mediados de julio y acabaremos a mediados de octubre.

Amador[®]
CALIDAD SUPREMA



RAMÓN LARA / Presidente de la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya

“Todos los esfuerzos se centrarán en salvar la campaña y concluir la de la mejor manera posible”

El presidente de la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya y miembro del Comité de Gestión de la Interprofesional de Melón y Sandía de La Mancha no oculta su preocupación ante el desarrollo de la campaña 2020 por las incertidumbres que ha generado la crisis sanitaria. Son muchas las preguntas que plantea esta nueva temporada y pocas las respuestas que pueden darse ahora mismo.

Valencia Fruits. ¿Cuáles son las primeras impresiones del presidente de la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya ante la nueva temporada de melón y sandía de La Mancha?

Ramón Lara. Tras la recomendación de la Interprofesional de Melón y Sandía de La Mancha de planificar bien las siembras y adaptarlas a la demanda prevista en un verano atípico condicionado por la pandemia, en general, la superficie de cultivo en La Mancha será similar al año pasado, con un ligero descenso de las hectáreas plantadas en melón.

Las plantaciones se están desarrollando correctamente, con un mayor cuidado y control por parte de los productores, y sin ninguna incidencia climática grave hasta el momento.

Hay mucha incertidumbre en la parte comercial, sobre todo en la parte de la exportación. No sabemos cómo va a responder Europa este verano. En cuanto al mercado interior, también hay grandes incógnitas. Por un lado, hay una menor presencia de turistas extranjeros, se habla de 2,7 millones menos este año. Una cifra importante de consumidores. Pero, por otro lado, vemos también que el consumo nacional está tirando. Hay una mayor preocupación por parte de la población de comer sano como medida preventiva frente al virus. Esta preocupación ha favo-



Ramón Lara afirma que la premisa de la cooperativa es comenzar la campaña como estaba previsto, contactando con los clientes habituales. / ARCHIVO

La España vaciada y la venta ambulante

Hay muchos con pueblos pequeños sin supermercados ni fruterías. El género llega por vendedores ambulantes que recorren los pueblos de la ‘España vaciada’. Ramón Lara explica que para ellos “siempre ha sido un buen cliente. Pequeño, pero fiel”. Ahora, con la crisis sanitaria, estos vendedores ‘ambulantes’ tienen muchos problemas para seguir con su trabajo, y “si no venden, tampoco nos compran”. Lara hace un llamamiento a la Administración para que “establezca medidas que les permitan seguir trabajando. Sin ellos, los pueblos pequeños están desabastecidos. Ellos no tienen trabajo y nosotros perdemos un cliente, que, aunque modesto, son ventas interesantes”. ■

recido a las ventas de frutas y hortalizas, en general, y al melón y la sandía, en particular, ahora que ya estamos en pleno verano. Por lo tanto, hay un halo de esperanza, aunque no podemos negar que en el conjunto del sector hay una gran preocupación e incertidumbre. En estas circunstancias, es necesario que tanto comercializadores como las cadenas de supermercados hagamos un esfuerzo ‘de buena voluntad’ para que agricultor obtenga un precio justo por sus producciones, en las que ha invertido más este año.

VF. Con estas informaciones, ¿cómo se presenta la temporada para la cooperativa?

RL. Este año, debido a la situación derivada de la pandemia, la cooperativa ha deci-

“El aumento de la sandía entre los socios de la cooperativa ha venido propiciado por la exportación”

dido comenzar la temporada de melón y sandía con las producciones propias y no antes con producto de otras zonas como Murcia o Andalucía.

La demanda por parte de clientes que venden en mercadillos, que supone un porcentaje alto en nuestra cartera de clientes, ha sido nula en estos meses atrás por la prohibición de la celebración de los mercados callejeros durante el estado de alarma. También ha sido complicado organizar toda la parte del trabajo de almacén para el cumplimiento de las medidas de seguridad contra el coronavirus.

La cooperativa mantiene su superficie de cultivo de 170 hectáreas también este año, con una previsión de cosecha de 5,5 millones de kilos de melón y 5,6 millones de kilos de sandía.

Durante la época de siembra y desarrollo de las plantaciones, no ha habido incidencias. Al inicio, la falta de calor ralentizó el ritmo de cuajado, pero las altas temperaturas de junio y julio han corregido la situación. Así las cosas, los socios de la cooperativa tienen

previsto iniciar los primeros cortes entre el 18 y 20 de julio.

VF. En estas previsiones se observa que en la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya la sandía ha superado al melón en volumen de cosecha. ¿A qué se debe este traspaso?

RL. El aumento de la sandía entre los socios de la cooperativa ha venido propiciado por la exportación. Se trata de un producto con buena aceptación en Europa. Con la adaptación de las variedades a la demanda del mercado europeo, las ventas fuera de España representan ya en la cooperativa una cifra de facturación importante y con vistas a seguir creciendo.

La sandía negra y rayada sin pepita son las variedades por las que estamos apostando. Hay otras como las sandías ‘mini’, pero por el momento, no hay intención de ampliar la oferta varietal, y menos este año al desconocer cómo va a responder Europa en los próximos meses. Las noticias que nos llegan desde otras zonas sobre el tema no son nada halagüeñas, por lo que la preocupación por la posible pérdida de una parte de las ventas internacionales es grande. Esperemos que el calor apriete en los meses de agosto y septiembre y se anime el consumo y, con ello, la demanda.

VF. Con estas noticias que llegan desde el mercado, ¿cómo cree que funcionarán los precios cuando entren en juego las producciones manchegas?

RL. En la primera semana de julio, Murcia marcó unos precios en campo de 0,50-0,55 euros el kilo. Precios buenos que ojalá pudieran mantenerse una vez entren en juego las producciones de La Mancha, máxime este año en el que los costes serán más altos debido a todas las medidas de seguridad que estamos adoptando para garantizar la salud de nuestros trabajadores y evitar contagios. Sin embargo, es imposible hacer predicciones.

VF. Con todas estas incógnitas e incertidumbres que presenta la campaña 2020, ¿cuál es la ‘hoja de ruta’ que ha planteado la cooperativa? ¿Cuál es la premisa este año?

RL. Marcar una ‘hoja de ruta’, como preguntas, sin la posibilidad de reunir al consejo rector y los socios de la cooperativa, es complicado. La premisa es comenzar la campaña como estaba prevista, contactando con nuestros clientes habituales. En principio, todo indica que será una campaña dentro de la normalidad, en la línea del año pasado. Los clientes están respondiendo bien y hay disponibilidad por su parte para mantener su programa de pedidos, pero veremos qué pasa una vez comience la temporada de La Mancha.

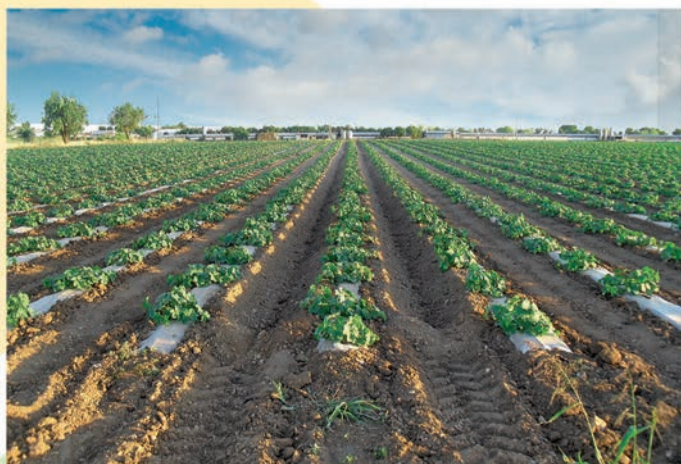
VF. Para concluir, ¿un deseo final del presidente de la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya?

RL. Nuestro deseo y esperanza es que la campaña se pueda desarrollar con normalidad, dentro de esta coyuntura, con precios aceptables y no ruinosos para el agricultor, con ventas lo más fluidas posible, con un consumidor que apueste por el producto nacional y una exportación activa.



PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

“Nosotros sí somos agricultores”



C/ Morales Antequera, 29
LLANOS DEL CAUDILLO
(Ciudad Real)
Tel. y Fax: 926 644 155
E-mail: info@agricolajjf.es
www.agricolajjf.es



JOSÉ ANTONIO HERNÁNDEZ LUNA / Director general de Cereales Borrascas, SL

“Se prevé una temporada complicada con muchos altibajos en los precios”

José Antonio Hernández Luna es posiblemente uno de los empresarios que más años de experiencia acumula en el mundo de melón y sandía en La Mancha. Tras toda una vida ligada a estas producciones, que conoce perfectamente, el director general de Cereales Borrascas SL va a vivir una de las campañas más atípicas con una crisis sanitaria como protagonista. Consciente de que serán meses duros, con muchos altibajos de los precios, su premisa será defender sus producciones “a capa y espada” a la espera de que el mercado valore la apuesta constante de la empresa por la calidad.

Valencia Fruits. La Interprofesional de Melón y Sandía de La Mancha confirmaba oficialmente un descenso en la superficie de cultivo. ¿Desde Cereales Borrascas SL avalan esta información?

José Antonio Hernández Luna. El pasado 14 de julio se confirmó un descenso de la superficie de cultivo en La Mancha para la presente campaña cifrada en un 20%. Efectivamente, confirmo que este año hay menos hectáreas plantadas, sobre todo en melón con ese 20% menos que ha señalado la Interprofesional de Melón y Sandía de La Mancha, y al que hay que añadir también un 10% menos en la superficie de sandía.

Esto significa que habrá más volumen de sandía que melón.

VF. ¿Qué podemos decir de los precios que se están pagando ahora en el campo cuando está a punto de comenzar la temporada en La Mancha?

Jahl. La sandía se está pagando a 0,14€/kilo y el melón se mueve entre 0,45-0,50€/kilo.

Estos precios, para melón podríamos decir que son muy buenos, el problema está en la sandía, que con esos 0,14€, empiezan a ser malos. Si tenemos en cuenta que el precio mínimo de referencia es 0,20€/kilo, de ahí

para abajo, se pierde dinero. En melón, el mínimo aceptable sería 0,30€/kilo.

VF. ¿Cuáles son las variedades por las que se ha apostado este año en sus plantaciones propias?

Jahl. En Cereales Borrascas SL siempre hemos apostado por las variedades que garantizan el sabor característico del melón y la sandía de La Mancha. Dicho esto, actualmente, en sandías, la negra sin pepitas Style es la variedad reina. Se trata de una sandía ‘10’ y su característica principal es que incluso en su punto óptimo de madurez, la carne mantiene su firmeza. También estamos satisfechos con la sandía rayada sin pepitas, Kasmira.

En melón, Quijote, Manchego, Sancho y Cordial, todas de Piel de Sapo, son las variedades que cultivamos.

VF. En estos cincuenta años de trabajo ligado al melón y la sandía, ¿ha vivido alguna vez una campaña tan atípica condicionada por una pandemia?

Jahl. Nunca. Será la primera campaña marcada por una crisis sanitaria mundial. Se prevé una temporada complicada con muchos altibajos en los precios. Mi percepción es que el melón se defenderá mejor que la sandía, al haber menos cosecha. Sin em-



José Antonio Hernández Luna explica que la línea de trabajo se centrará en sacar adelante la producción propia que tienen de melón y sandía/ ARCHIVO

“Cereales Borrascas SL siempre ha apostado por las variedades que garantizan el sabor característico del melón y la sandía de La Mancha”

bargo, habrá que estar atentos a la evolución de la sandía ya que ahora mismo está marcando precios a la baja y aún no ha co-

menzado la temporada fuerte en La Mancha. La falta de turistas extranjeros durante este verano va a marcar el consumo, con una caída importante.

Esperemos que el calor apriete y el mercado nacional responda bien, aunque no podemos negar que será un año ‘regularo’ en este aspecto.

VF. Con estas previsiones que adelanta, ¿cómo han planificado su programa de ventas?

Jahl. La línea de trabajo de Cereales Borrascas SL se centrará en sacar adelante las 24.000 toneladas de producción propia que tenemos entre melón y sandía, defenderla a capa y espada en la medida que nos lo permita el mercado y con los mejores precios posibles. Esta oferta se irá completando —hasta las 44.000 toneladas—, comprando a productores de la zona, de acuerdo a los pedidos que vayamos recibiendo.

Es probable que no alcancemos la cifra de comercialización del año pasado, que movimos alrededor de los 45 millones de kilos. Pero si llegamos a los 39-40 millones de kilos, podremos sentirnos satisfechos, cerrando una campaña regular, no mala.

La situación actual, con los rebotes que se están confirmando

en España, no invita al optimismo, la verdad sea dicha. El temor a un nuevo confinamiento cada día es mayor, y si al final se confirma, puede ser la ruina total de la maltrecha economía nacional.

VF. ¿Cuándo tienen previsto iniciar a recolectar?

Jahl. Nosotros comenzamos a cortar el 15 de julio con las producciones más tempranas cultivadas bajo manta térmica. La calidad y el calibre serán muy buenas por lo que esperamos poder cerrar las primeras ventas —alrededor de 70.000 kilos— en precios de 0,45-0,50€/kilo en melón y algo más de los 0,14€/kilo que se están pagando ahora en sandía.

La clave estará en lograr mantener una media aceptable durante la campaña compensando los momentos de bajada con las semanas de precios más altos.

VF. ¿Las lluvias pasarán factura en el campo?

Jahl. En la zona de Membrella y Manzanares, las lluvias no han tenido tanta repercusión como en otros municipios como Tomelloso o Socuéllamos.

La calidad que se espera para esta campaña es excelente en La Mancha. No podemos olvidar que los melones que su cultivan en nuestra región son los mejores de España.

El melón de La Mancha es como un caramelo. El melón de aquí, si se corta bien, es un manjar. Prueba de ello es la presencia de las empresas marquisas de melón en nuestra zona nada más comienza la temporada de La Mancha, seleccionando y comprando las mejores partidas.

VICENTIN

Un placer para los sentidos

Peris
es calidad

Travesía de Roca, 1-3, Foios, Valencia T 961 491 106
www.vicenteperis.com

ÁNGEL PÉREZ RUIZ / Frutas Manzanares

“Los clientes siguen comprando, pero no en las cantidades de otros años”

Así se podría resumir la situación del mercado desde el inicio de la temporada estival. Tal como explica Ángel Pérez Ruiz, uno de los socios de Frutas Manzanares, la caída de la demanda en el mercado nacional se debe a una menor afluencia de turistas en nuestro país, y tampoco espera que esta situación cambie durante el mes de agosto. La exportación podría ofrecer un pequeño respiro.

Valencia Fruits. ¿Qué podemos decir de la marcha en Frutas Manzanares de esta primera parte de la temporada nacional de melón y sandía?

Ángel Pérez Ruiz. El comienzo de la campaña ha sido más complicado en comparación a años anteriores. El ritmo de las ventas ha cambiado y los volúmenes respecto al año pasado están un 50% por debajo. Los clientes siguen comprando, pero no en las cantidades de otros años. Y este descenso se está dando tanto en la sandía de Sevilla como en el melón de Campo de Cartagena. La nota positiva ha sido la temporada de Almería que, si bien en Frutas Manzanares no se toca mucho, este año ha funcionado muy bien, con una demanda muy activa y precios buenos.

Este cambio en las ventas se debe en gran parte a la crisis sanitaria que estamos sufriendo por el coronavirus, pero también por una falta de calibre en las primeras sandías sevillanas, por el efecto de las lluvias y el descenso térmico de principios de primavera. Por suerte, este problema ya se ha solventado,



Ángel Pérez dice que en las zonas de costa se nota un descenso del consumo. / NR

aunque ahora estamos en un periodo flojo de ventas y todo apunta a que las sandías sevillanas se solaparán con las de La Mancha, que empezarán a llegar a partir de la semana del 13 de julio.

Con todo esto, las semanas finales de julio se presentan complicadas.

VF. Ante estas semanas complicadas que vaticina, el hecho de ser almacenistas y comprar solo aquello que demanda el cliente, para Frutas



Frutas Manzanares cuenta con flota propia de camiones. / N. RODRIGUEZ

Manzanares será más fácil adaptar y gestionar la oferta, ¿no?

APR. Efectivamente, como almacenistas, nosotros compramos prácticamente al día, dependiendo de los pedidos que tenemos. Al trabajar, principalmente, con clientes de mercados mayoristas, estos no realizan programas para toda la temporada, sino que compran de acuerdo a la demanda que tienen a la semana. Nuestra labor es ir al campo a diario y comprar a los agricultores los kilos que nuestros clientes piden, seleccionando los productos que cumplen con los parámetros de calidad que nuestra marca 'El hijo de papa' representa.

VF. En estos días La Mancha comenzará a ofrecer sus primeros melones y sandías. ¿Cómo se percibe la temporada desde el punto de vista del almacenista?

“El ritmo de las ventas ha cambiado y los volúmenes respecto a 2019 están un 50% por debajo”

APR. Por lo que vemos en el campo y nos comunican los propios agricultores, la campaña en La Mancha este año empezará sobre el 15 de julio con el corte de las primeras sandías y los pocos melones que se han puesto bajo manta térmica. En volumen, se espera una buena cosecha, especialmente en sandía, al haber más hectáreas plantadas, y un ligero descenso en melón, que sigue con esa tendencia a la baja en superficie cultivada. En cuanto a las condiciones del producto, habrá una producción de buena calidad gracias al buen tiempo y al calor que ha hecho prácticamente durante toda la fase de cuajado. Incluso las lluvias de hace tres meses han sido beneficiosas para la tierra.

VF. Y ¿qué podemos decir de la parte comercial, con un verano en el que se espera una menor afluencia de turistas?

APR. Esta es la realidad que nos toca vivir este año. Ya estamos padeciendo sus efectos con el descenso de ventas desde el inicio del verano. Los mismos clientes mayoristas de la costa nos comentan que están vendiendo menos porque no hay tantos turistas como otros años, y se mantienen gracias al consumo nacional, pero han reducido prácticamente a la mitad sus pedidos. No hay visos de que la situación cambie de cara a agosto, el mes de vacaciones por antonomasia, sobre todo teniendo en cuenta los rebrotes que se están registrando en distintos puntos de España.

En definitiva, se presenta un verano duro.

La esperanza que nos queda es la exportación. No es una línea con un gran volumen de ventas, pero en 2018 enviamos a países como Francia, Italia o Portugal, y esperamos que este año, esos turistas extranjeros que se van a quedar en casa, sigan consumiendo nuestros productos también en sus países de origen.

VF. Con este panorama, ¿la búsqueda de nuevos clientes este año cobrará una mayor importancia?

APR. Esta es una constante en Frutas Manzanares. Siempre estamos a la búsqueda de nuevos clientes, aunque este año será difícil encontrar nuevos compradores.

Nosotros seguiremos sirviendo como siempre a todos nuestros clientes con el reto de mantener las ventas en volúmenes similares al año pasado.



Mantener las ventas de 2019 será el reto de Frutas Manzanares este año. / N. RODRIGUEZ

FRUTAS MANZANARES, S.L.

Frutas y Verduras

Especialidad en melón de La Mancha




Ctra. N-430 • 13200 MANZANARES (Ciudad Real)
Tel.: 926 61 34 77. Fax: 926 61 33 46. E-mail: info@frutasmanzanares.es
www.frutasmanzanares.es

La Calidad y el buen hacer, distinción de nuestra marca



Especialidad melón Piel de Sapo

Sociedad Cooperativa Agraria

“Nuestra Señora de Peñarroya”

Ctra. Villarta de San Juan, s/n • 13710 ARGAMASILLA DE ALBA (Ciudad Real)
Tel.: 926 52 34 56 / 52 34 35 • Fax: 926 52 21 75 • E-mail: penarroya@ucaman.es
www.coopdepenarroya.es




Indicación Geográfica Protegida “Melón de la Mancha”

ALBERTO MONTAÑA PERIS / Director general de Vicente Peris, SA

“Procuramos que la magia de la calidad sea un punto de encuentro con el consumidor”

Frente a las tendencias en las que prima el precio frente al sabor, el corte o la textura, en Vicente Peris buscan generar un cambio. Un cambio que les lleva a elaborar productos sencillos, fáciles de consumir y, sobre todo, de mucha calidad. “Calidad en todos los procesos. Selección constante. Ambición para mantener unos estándares elevados. Constancia en hacer lo que creemos que debemos hacer. Y valor para mantener nuestras ideas”, señala Alberto Montaña Peris para definir la filosofía de trabajo de la compañía.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Hasta el momento, ¿cómo se está desarrollando la actual campaña de melón y sandía?

Alberto Montaña Peris. La campaña ha estado y está siendo definida por la crisis sanitaria, la consecuente crisis económica asociada al cierre de fruterías, la paralización de la hostelería y sector servicios, y también a una primavera inestable con subidas y bajadas de temperaturas, así como lluvias fuertes con incidencia en el desarrollo normal de las plantaciones y los hábitos de los consumidores. Con todo ello, podemos considerarnos afortunados porque la calidad del producto ha sido igual o mejor que otros años, la actividad de nuestra empresa no se ha detenido, y la demanda de nuestros productos, con seguridad alimentaria contrastada, ha aumentado.

VF. ¿Qué previsiones manejan en Vicente Peris para la temporada de Castilla-La Mancha?

AMP. La previsión es la misma que en otras temporadas. Esperamos que el calor mantenga la demanda, y que los precios se estabilicen sin caer por debajo de costes y que, por tanto, toda la cadena se beneficie, pudiendo hacer un buen trabajo y un producto de calidad para que



La línea de IV y V gama de Peris sigue creciendo día a día. / VP

“Falta aumentar la información al consumidor para que sepa que hay variedades y formas de gestión cuyo coste de cultivo y manejo es superior al melón ordinario”

el consumidor este satisfecho y repita.

VF. ¿Cómo se encuentran actualmente los mercados para estos dos productos ante la nueva normalidad impuesta por el coronavirus? ¿Qué problemas añadidos están encontrándose este año derivados de la COVID-19?

AMP. La nueva normalidad ha despertado la necesidad por parte de muchos clientes de incluir nuevas prácticas de seguridad alimentaria en sus procesos. Y eso pasa por ofre-

cer fruta elaborada en una sala blanca como la de Peris, para contar con todas las garantías sanitarias. En el caso de la fruta en tarrinas, el menor volumen de turismo y vida en las calles ha afectado a las ventas, potenciando otros productos de consumo en casa más lógico como las piezas enteras y mitades.

VF. Tras el auge de la sandía, ¿cómo se reparten actualmente las ventas entre estos dos productos en Vicente Peris?



Alberto Montaña analiza la campaña y las novedades de la firma. / VP

AMP. Es cierto que la sandía cuenta con una demanda muy elevada. Con el melón, de nuevo comenzamos la temporada con presión de los mercados en un intento de confundir al consumidor con variedades productivas y de baja calidad, recolecciones donde todo vale y guerra de precios. Falta aumentar la información al consumidor para que sepa que hay variedades y formas de gestión cuyo coste de cultivo y manejo es superior al melón ordinario, y que hacer bien las cosas tiene su precio.

VF. ¿Qué valores definen la oferta de melón y sandía de Vicente Peris, tanto en fresco como en IV Gama?

AMP. Nosotros hacemos lo que sentimos, y con ello buscamos generar un cambio. Un cambio que nos lleva en definitiva a elaborar productos sencillos, con mucho cariño, fáciles de consumir y de mucha calidad.

Calidad en todos los procesos. Selección constante. Ambición para mantener unos estándares elevados. Constancia en hacer lo que creemos que debemos hacer. Y valor para mantener nuestras ideas pese a las tendencias donde prima el precio frente al sabor, el corte, la textura...

VF. ¿Cómo está funcionando su línea de IV gama denominada “Frutifresh”?

AMP. Peris es una empresa de alimentación, especializada en fruta. Trabajamos frutas de I Gama, IV y V Gama, porque es la realidad de un mercado con distintas necesidades, clientes, puntos de venta y consumidores. Nuestra marca especializada en productos IV gama es Frutifresh (Peris en el Corte Inglés), de manera que nos permite elaborar mensajes directos a segmentos de consumidores distintos a los de las frutas de I Gama.

Nuestra línea de IV gama sigue creciendo día a día pese a que incluso en esta crisis es uno de los espacios en los lineales más afectado, lo que nos llena de motivación para seguir creyendo en lo que hacemos.

VF. ¿Cuáles son los objetivos que se ha marcado Vicente Peris para estos meses de verano en una línea de negocio tan importante como el melón y la sandía?

AMP. Tenemos varios proyectos que han visto la luz y centran parte de nuestros intereses. Hablamos del proyecto Peris Nature Residuo Cero comenzado con melón Piel de Sapo, también del original Melón con Jamón Serrano y también hablamos de seleccionar las mejores partidas en campo todos los días, y procurar que la magia de la calidad sea un punto de encuentro con el consumidor que confía en nuestras marcas.

BORRASCAS

Comercialización de Productos Hortofrutícolas MELÓN • SANDÍA

JOSÉ ANTONIO BORRASCAS, S.L.

Ctra. La Solana nº 11 • 13230 MEMBRILLA (Ciudad Real)

Móviles: 609 089 333 Francisco / 606 939 843 Marcos • Fax: 926 61 33 26 • E-mail: borrascas@borrascas.es



AGUSTÍN BORJA / Agroborja, SL

“Tenemos por delante cuatro largos meses y ‘cautela’ será la palabra clave”

Aunque la campaña 2020 se presenta a principios de julio con más sombras que luces, Agroborja ha planificado su temporada de sandía y melón como siempre, manteniendo la superficie de cultivo y con una previsión de cosecha similar al año pasado. Agustín Borja tiene claro que tienen por delante meses duros de trabajo, pero como bien dice, “cuando las cosas se hacen bien, siempre se obtienen resultados” y con ese optimismo que le caracteriza, afirma que “hasta de las peores situaciones, pueden salir nuevas oportunidades”.

Valencia Fruits. ¿Cómo encara Agroborja la campaña 2020 de sandía y melón?

Agustín Borja. Hay mucha incertidumbre. Siempre la hay al inicio de cada nueva campaña, pero este año el sentimiento es mayor debido a la crisis sanitaria del coronavirus. Nosotros, desde el primer momento, decidimos seguir con el ritmo habitual de todos los años a pesar de los problemas que se esperaban en aspectos como la mano de obra, el suministro de planta. Por suerte, en este sentido no ha habido complicaciones y hemos podido iniciar los trasplantes como de costumbre y hasta ahora no hemos tenido problema en la mano de obra. Por informaciones que nos llegan, en La Mancha este año hay menos hectáreas plantadas, concretamente en melón; mientras que, en sandías, la superficie de cultivo será similar al año pasado o con un ligero incremento. En nuestro caso, como he comentado anteriormente, mantenemos la misma superficie con la planificación que teníamos a principios de año en torno a las variedades a cultivar. Hablando con los clientes, hasta ahora el mercado ha funcionado muy bien, con aumentos considerables de ventas en los meses de primavera. Si bien es cierto que a partir de la entrada en la fase de ‘desescalada’ se ha notado un parón. Al no estar aún en campaña, desconozco cuál es la situación real del mercado. Pero estos altibajos se dan todos los años. Tendremos una visión más clara cuando comencemos a cargar nuestras sandías sobre el 15 de julio. De todos modos, se prevé una campaña complicada.

VF. ¿Cómo definiría la evolución de Agroborja?

AB. Es positiva. Todos los años cerramos la campaña con volúmenes de venta mayores respecto al ejercicio anterior. El tener una cartera de clientes tan variada como es abastecer a grandes su-



Agustín Borja explica que el objetivo de la empresa siempre ha sido ir creciendo poco a poco contactando con clientes buenos tanto en el mercado nacional como en exportación, sean grandes o pequeños. / AGROBORJA

perficies, trabajar con mayoristas de casi todos los puntos del país, y cada año que pasa trabajar en un volumen mayor con clientes de fuera de España, ayuda a mantener esta tendencia alcista. Con nuestra particular forma de trabajo, que es tener una producción propia con un producto certificado 100% con Global GAP, cuanto más vendemos, más producimos, para atender a toda la demanda

VF. Si por algo se caracteriza la empresa es por estar en constante renovación con mejoras tanto en el campo como en el almacén. ¿Qué mejoras se han realizado este año?

AB. En Agroborja si algo hemos tenido claro siempre es que tanto el campo como el almacén tienen que estar en constante renovación. Hace dos años construimos una nueva nave de 1.800 m² y el año pasado se empezó a equipar. Este año, nos hemos centrado en el cierre del nuevo almacén para cumplir con las exigencias de las certificaciones de calidad en postcosecha.

VF. ¿Cuáles son las certificaciones de calidad con las que cuentan?

AB. En campo, el 100% de nuestra producción está certificada con Global GAP y nos preparamos para certificarnos en la parte del almacén en IFS y BRC, de ahí las obras que estamos realizando para el cierre completo, además

de la remodelación de la entrada a las instalaciones y de las propias oficinas. También hemos cerrado el muelle de carga y hemos incorporado más espacio de frío.

VF. ¿Hay cambios en la cartera de clientes de Agroborja?

AB. Nuestro objetivo siempre ha sido ir creciendo poco a poco, contactando con clientes buenos nacionales como en exportación, sean grandes o pequeños. El sector mayorista, evidentemente, sigue siendo un cliente importante para la empresa. La entrada en la gran distribución está permitiendo a la empresa crecer en volumen de ventas y, por tanto, en producción y ser más competitivos.

VF. Además de las obras en el almacén y la tramitación de las certificaciones, ¿Agroborja tiene otros proyectos a la vista este 2020?

AB. No es un año para plantearse grandes proyectos, aunque siempre he pensado que hasta de las peores situaciones pueden salir nuevas oportunidades. Es pronto para saber qué va a pasar, tenemos por delante cuatro largos meses y ‘cautela’ será la palabra clave. Nosotros continuaremos trabajando duro para que todo salga bien y ofrecer al cliente el producto y el servicio que demanda. Cuando las cosas se hacen bien, se obtienen resultados.



FRANCISCO SERRANO / Presidente de la Cooperativa Los Llanos

“Existe mucha incertidumbre por culpa del coronavirus”

Francisco Serrano lleva al frente de la Cooperativa Los Llanos poco más de un año, un tiempo que le ha servido para aprender y ganar experiencia en el cargo de presidente. Su balance de estos doce meses es positivo y entre las cuestiones que han abordado durante este periodo se encuentran algunas reformas y la renovación de la maquinaria.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. En cuanto a la campaña de melón y sandía, ¿qué previsiones manejan en la cooperativa para esta temporada?

Francisco Serrano. Las previsiones son más o menos similares a las del año pasado. Y nuestros objetivos principales son afianzar el compromiso de los socios con la cooperativa y potenciar la comercialización de melón y sandía. En cuanto a nuestra línea de trabajo, es seguir apostando por la calidad y la variedad del producto.

VF. ¿Cómo está influyendo la climatología en el desarrollo de los cultivos? ¿Prevén solapamientos con otras zonas?

FS. La climatología ha influido poco en el desarrollo del cultivo en esta campaña. Podemos decir que ha sido un año normal. En cuanto al solapamiento con otras zonas, se va a producir, casi como todos los años, en un periodo de entre una semana y diez días.

VF. ¿Cómo se reparte actualmente la producción de la cooperativa entre sandía y melón? ¿Qué tipos o variedades predominan actualmente?



Los Llanos comercializa, sobre todo, en España. / ARCHIVO

FS. La producción se reparte entre los meses de julio, agosto, septiembre y octubre, siendo el mes de agosto el más fuerte. Y en cuanto a tipos, las variedades que tenemos son Piel de sapo: Roncero, Cordial y Valeoso en melón; Romalinda, Style, Bazman, Kasmira y Premium en sandía.

VF. ¿Hacia qué mercados dirigen sus producciones de melón y sandía?

FS. Nuestras producciones se comercializan principalmente en España, pero también en algunos países de Europa, como Portugal, Bélgica, Reino Unido, e Italia.

VF. En el plano comercial, ¿en qué situación se encuentran actualmente los mercados? ¿Cómo está influyendo la situación generada por el coronavirus?

FS. Todavía no hemos empezado la campaña, pero existe mucha incertidumbre por culpa del coronavirus.

VF. ¿Qué resultados esperan obtener esta campaña?

FS. Todos esperamos que los resultados de la campaña sean buenos, pero con el tema de la COVID-19 no se sabe lo que puede pasar. De momento, en la cooperativa no hemos tenido problemas por el coronavirus. Seguimos funcionando igual, extremando al máximo las medidas de seguridad necesarias.

EL OASIS De La Mancha
C/ Cañizares, s/n 13220 LLANOS (C. Real)
Tel: 926 64 40 02 FAX: 926 64 41 14

Los Llanos
Soc. Coop. de Castilla La Mancha
la sin de llanos

LLANERO
Soc. Coop. de Castilla La Mancha
Cañizares, s/n 13220 LLANOS (C. Real)
Tel: 926 64 40 02 FAX: 926 64 41 14

Soc. Coop. Ltda. del Campo "Los Llanos"

OFICINAS:
Cañizares, s/n
Tel.: 926 64 40 02
Fax: 926 64 41 14

ALMACENES:
Los Pozos, s/n
losllanos@ucaman.es
LLANOS DEL CAUDILLO (Ciudad Real)

JUAN PEDRO MADRIGAL / JJF Agrícola

“El consumo de melón este año puede ser mayor a pesar del coronavirus”

Optimista por naturaleza, Juan Pedro Madrigal, responsable de campo de JJF Agrícola prevé una buena campaña para el melón de La Mancha, a pesar de los efectos negativos de la crisis sanitaria. La empresa ha organizado la temporada manteniendo la planificación diseñada a principios de año, con una superficie de cultivo similar a 2019, y con las obras de la ampliación del almacén en su recta final. El objetivo este año será incrementar las ventas en exportación, con el melón Piel de Sapo como protagonista.

Valencia Fruits. Como responsable de campo de JJF Agrícola, ¿cómo ha planificado la producción para esta nueva campaña? ¿Se ha visto condicionada por la irrupción de la pandemia?

Juan Pedro Madrigal. La campaña se planificó antes de la llegada de la crisis sanitaria, con el arrendamiento de tierras, preparación de los terrenos y la compra de semillas. Por lo que la plantación se ha organizado de forma similar a otros años.

La superficie de cultivo será de 90 hectáreas, con 45 de melón, 40 de sandía y 5 de calabaza, con una previsión de cosecha que rondará los seis millones de kilos. En cuanto a las siembras, estas se han realizado como de costumbre. Comenzamos a sembrar el 15 de abril y acabamos a finales de junio, con una separación de 8 días entre plantaciones, repartidas en 4-5 hectáreas por siembra.

VF. ¿Cómo se están desarrollando las plantaciones? ¿Qué efectos pueden tener las lluvias y el descenso de temperaturas de principios de junio?

JPM. Las lluvias han afectado sobre todo al melón temprano. Su evolución no ha sido tan buena como se esperaba, por lo que el inicio de campaña será un

poco más complicado. En cuanto a las plantaciones de media estación y las tardías, todo va según lo previsto y no habrá problemas cualitativos en la época fuerte de La Mancha. Habrá calibre y buena calidad. Siempre y cuando la climatología acompañe.

VF. ¿Cuándo tienen previsto iniciar la recolección?

JPM. En melón, es muy probable que hasta el 27 no podamos empezar a cortar. Hay un ligero retraso, pero nos movemos en las fechas tradicionales de La Mancha, que coinciden con la festividad de Santiago, el 25 de julio. Y en sandía, comenzaremos una semana antes, sobre el 20 de julio.

VF. ¿Cuál ha sido la selección varietal este año? ¿Cómo ha funcionado el melón ‘Toledano’ que plantaron el año pasado por primera vez?

JPM. Empezando por el tema de los resultados obtenidos con el Toledano, lo cierto es que no lo hemos vuelto a sembrar. No es un mal melón, pero el año pasado no nos acabó de convencer.

En cuanto a la selección para este año, nos hemos decantado, sobre todo, por la variedad Cordial; algo de Gran Riado para la primera parte de la campaña, y como novedad, vamos a probar el melón Almadén.



Juan Pedro Madrigal confirma que la superficie de cultivo de JJF Agrícola será de 90 hectáreas, con 45 de melón, 40 de sandía y 5 de calabaza, con una previsión de cosecha que rondará los 6 millones de kilos. / JJF AGRÍCOLA



JJF Agrícola sigue apostando por el melón IGP y este año también hay intención de certificar parte de la producción bajo los parámetros cualitativos que marca la IGP Melón de La Mancha. / MELÓN DE LA MANCHA

En sandías, seguimos con la negra sin pepitas, variedad Style. Y como novedad, hemos plantado cuatro hectáreas de sandía rayada blanca sin pepitas Bazman de la casa Nunhems.

VF. ¿Se certificará también algo bajo los parámetros de la IGP Melón de La Mancha?

JPM. En JJF Agrícola seguimos apostando por el melón IGP y de hecho este año también hay intención de certificar parte de la producción bajo los parámetros cualitativos que marca la IGP Melón de La Mancha.

VF. ¿Cómo prevé que responda el consumo este verano teniendo en cuenta que la campaña llega marcada por la crisis sanitaria generada por la COVID-19?

JPM. Puede que peque de optimista, pero opino que el consumo de melón este año puede ser mayor a pesar del coronavirus. Es cierto que habrá menos turistas en nuestro país, pero mi percepción es que el turista come más cuando está en su casa que de vacaciones. Esto significa que

la exportación será clave en esta campaña.

VF. Ahora que menciona la exportación, ¿cómo se reparten las ventas entre melón y sandía? ¿Sigue JJF Agrícola apostando por el melón Piel de Sapo? ¿No se han planteado ofertar otra variedad más adaptada a los gustos europeos?

JPM. La parte de la exportación se reparte a partes iguales entre melón y sandía. En nuestro caso, el melón Piel de Sapo funciona bien fuera de España. Contamos con clientes asentados, principalmente en Países Bajos que valoran y demanda el melón verde. Tanto es así, que la previsión para este año es aumentar los kilos destinados a la exportación, y superar los 2,5 millones de kilos que hicimos en 2019.

VF. Entre las novedades, está la ampliación de las instalaciones de JJF Agrícola. ¿En qué punto se encuentran las obras?

JPM. Las obras de ampliación del almacén concluirán en estos días, coincidiendo con el

“La plantación para la campaña 2020 se ha organizado de forma similar a otros años”

“Es un año en el que habrá buenos precios en melón, especialmente al inicio de la campaña de La Mancha, y preveo precios equilibrados durante toda la temporada”.

inicio de los primeros cortes. Para esta campaña contaremos con 1.000 metros más de almacén. Esta ampliación nos permitirá trabajar de forma más cómoda y, en concreto este año, cumplir con todas las medidas de seguridad y distanciamiento de los trabajadores en el tema de contagios de COVID-19.

VF. ¿Habrá problemas con la mano de obra en la temporada de La Mancha?

JPM. Mano de obra no faltará, lo que sí haría falta sería mano de obra cualificada. Al igual que en otros cultivos, en melón también son necesarios unos conocimientos y experiencia a la hora de reconocer el grado de madurez de los frutos y cómo cortarlos. En sandía, por ejemplo, contamos con cortadores profesionales de Almería, pero en melón se echa en falta esa profesionalidad.

VF. Con todas las informaciones recibidas desde el inicio de la campaña española de melón y sandía, ¿qué sensaciones tiene el responsable de campo de JJF Agrícola de cara a la temporada 2020?

JPM. Es un año en el que habrá buenos precios en melón, especialmente al inicio de la campaña de La Mancha, y preveo precios equilibrados durante toda la temporada. Es en la sandía donde creo que habrá más problemas. Si en Europa no hace calor este verano, se va a quedar mucha fruta por el camino, máxime cuando se confirma un aumento importante de la superficie de cultivo en sandías en detrimento del melón.

Algitama
Calidad Garantizada

Almacén: Camino de la Cosa, s/n 46540 EL PUIG – Valencia. Tel. 96 147 21 21
E-mail: algitama-sa@algitama.com Web: www.algitama.com
Mercovasa: Ptos.: 11-12 46540 EL PUIG – Valencia. Tel. 96 147 26 82
Mercavalencia: Pto.: 6 46013 Valencia. Tel. 96 367 40 11

www.algitama.com

TOMÁS GARCÍA ESCRIBANO / Gerente de Cincofresh

“Nuestra previsión es crecer y alcanzar 13 o 14 millones de kilos entre melón y sandía”

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Cincofresh es una empresa dedicada a la producción, envasado y comercialización de frutas y verduras. Una firma que en la actualidad trabaja melón, sandía, espárrago verde, en los meses de marzo a junio, y calabaza de cahuete desde octubre a marzo.

Valencia Fruits. ¿Qué previsiones manejan para la presente temporada de melón y sandía en cuanto a volúmenes?

Tomás García Escribano. Nuestra previsión es crecer con respecto al año pasado y alcanzar los 13 o 14 millones de kilos entre ambos productos.

VF. ¿Ha favorecido la climatología el desarrollo del cultivo?

TGE. Inicialmente perjudicó ya que produjo un retraso en las plantaciones, pero salvo ese detalle no prevemos que la climatología afecte negativamente en esta temporada.

VF. ¿Cómo se reparte la producción de Cincofresh entre sandía y melón? ¿Qué tipos o variedades predominan?

TGE. En cuanto a porcentaje representan un 50% ambos productos, pudiendo variar algo según el año. Para la sandía negra apostamos por la variedad Style y de rayada Premium.

En cuanto a melón verde tenemos Mesura y Flecha Verde. Para el amarillo nos decantamos por Ducral y Yeral.

VF. ¿Bajo qué marcas comercializan sus producciones?

TGE. Nuestra Marca principal es Cinco Casas, en honor al pueblo donde nos encontramos.

Douce Lune es una marca en exportación y para nuestra línea de melón Amarillo Premium tenemos Meloninos.

VF. ¿Hacia qué mercados dirigen sus producciones?

TGE. Estamos más enfocados en exportación (Alemania, Francia y Reino Unido), pero también queremos comenzar a potenciar el mercado nacional.

VF. ¿En qué situación se encuentran los mercados en un contexto marcado por el coronavirus?

TGE. Se está notando que en los sitios de costa el consumo está siendo inferior al de otros años, debido a la falta de turistas, sobre todo internacionales.

VF. ¿Qué otros problemas ha generado la pandemia en el funcionamiento de la compañía?

TGE. Una vez que adaptamos nuestros protocolos de trabajo a los protocolos necesarios para la prevención del COVID-19 no hemos tenido más dificultades.

VF. ¿Hay proyectos a la vista?

TGE. Cada año mejoramos nuestra tecnología para adaptarnos a los requisitos que nos demandan nuestros clientes. Además, buscamos añadir nuevos productos como brócoli y coliflor y trabajar melón verde todo el año.

VF. ¿Cuáles son los pilares empresariales de la firma?

TGE. Queremos ser un referente del sector a nivel internacional, ser reconocidos por nuestros excelentes productos, por los altos estándares de calidad, el servicio al cliente y por nuestro compromiso social.

RAÚL ARROYO / Presidente y socio fundador de la SAT Agrollanos

“Las ventas en Europa no dependerán del COVID-19 sino del buen tiempo y del calor”

Las altas temperaturas serán las que marquen la demanda de la exportación y no el coronavirus, según apunta Raúl Arroyo. Esperando que el calor apriete este verano, SAT Agrollanos aborda la campaña 2020 con un almacén modernizado, nuevas e innovadoras variedades de melón y sandía, y un proyecto comercial en el continente asiático ilusionante.

Valencia Fruits. En nuestra última entrevista, en 2018, hablamos del proyecto de un nuevo almacén para IV y V gama de melón y sandía. ¿En qué punto de se encuentra?

Raúl Arroyo. El proyecto no ha podido realizarse por culpa de temas burocráticos y la lentitud de la Consejería de Medio Ambiente de Castilla-La Mancha en la tramitación de los permisos. Después de dos años de espera, con una subvención aprobada con fondos europeos para realizar la inversión y todos los papeles en regla, hemos perdido la ayuda económica por la falta de respuesta de la administración autonómica al permiso de construcción. ¡Una auténtica vergüenza!

Así pues, mantenemos la línea de IV y V gama como suministradores de la empresa inglesa y ellos se encargan de la parte de transformación.

VF. A pesar de este revés, tampoco han perdido el tiempo y han invertido en modernizar las instalaciones.

RA. Sin el proyecto de ampliación, se decidió remodelar el almacén. Hemos instalado una nueva cámara frigorífica, se han reformado las oficinas, se ha construido un comedor para los trabajadores, y hemos acondicionado los muelles de carga y la entrada a las instalaciones.

VF. ¿Cómo evoluciona la línea de exportación en la SAT Agrollanos?

RA. Las ventas fuera de España representan más del 65% del volumen total y la idea es seguir desarrollando esta línea de negocio. Contamos con clientes en Países Escandinavos, Europa Occidental y Países del Este, y en 2019 realizamos los primeros envíos al continente asiático, concretamente a Dubái. No fue un gran volumen, pero funcionó muy bien, y tras reunirnos con el cliente en la feria de Madrid, el pasado mes de octubre, para esta campaña la idea es aumentar este volumen. Enviamos sandía negra sin semillas vía avión. Como proyecto futuro, estamos estudiando la posibilidad de realizar los envíos por barco, pero todo dependerá de la evolución del mercado asiático.

VF. Reino Unido es un país con clientes importantes para la empresa. ¿Preocupa el tema de Brexit?

RA. De momento seguimos trabajando con Inglaterra como siempre. Si al final el Brexit se confirma, algo que a día de hoy no lo tengo tan claro, el único



SAT Agrollanos en la última edición de Fruit Attraction 2019. / N. RODRIGUEZ

cambio será un aumento de los costes y su repercusión en los precios. Inglaterra necesita de la importación hortofrutícola, por lo tanto, seguirá comprando en Europa, pero a precios más caros.

VF. ¿Cómo han ido las pruebas en campo del melón blanco 'White Honeydew'?

RA. En 2018 plantamos en nuestros campos esta nueva variedad de melón, exclusividad de uno de nuestros clientes ingleses, con la intención de alargar su temporada en los meses de verano. Los resultados no fueron los deseados al obtener piezas de gran calibre, y una de las características de esta variedad precisamente es que son piezas pequeñas, tipo melón francés.

VF. Seguro que la empresa está probando otras variedades, ¿no es así?

RA. Si algo caracteriza a nuestra empresa es la búsqueda constante de cosas nuevas. Tras el 'fracaso' con el melón blanco, el año pasado realizamos una primera prueba con una sandía mini sin semillas que no supera el kilo. Fue bastante bien y este año apostaremos más fuerte por ella.

En esta línea, estamos realizando también una prueba en campo con el melón Limelón de nuestro cliente Hillfresh. Se trata de un melón con sabor a lima de la cual SAT Agrollanos tiene la exclusividad aquí en La Mancha. La estamos probando en nuestro campo de experiencias a la espera de ver cómo funciona en estas tierras.

VF. Hablemos ahora de la campaña 2020. ¿Cómo afronta SAT Agrollanos esta nueva temporada con la crisis sanitaria como protagonista?

RA. En exportación, en el inicio de la crisis, las ventas de sandía se dispararon, pero simplemente porque hacía calor en Europa. Ahora, que llevamos dos semanas con un descenso de las temperaturas y lluvias en buena parte del continente europeo, las ventas se han ralentizado. Por lo tanto, no creo que el COVID-19 juegue a favor o en contra de las ventas. Todo dependerá del calor. Si en Europa hace calor, habrá demanda.

Cosa distinta ocurre en España y el melón Piel de Sapo, con un consumo ligado al turismo

en los meses de verano. Se habla de que habrá varios millones menos de turistas en nuestro país. En las zonas de costa ya se están viendo los efectos negativos de esta falta de turismo, con un descenso de consumo considerable. Y todo parece indicar que esta será la tendencia durante los próximos meses.

En cuanto a las medidas de seguridad para el desarrollo de la campaña, en la empresa hemos preparado y organizado todo para salvaguardar la salud de nuestros trabajadores. Hemos adquirido mascarillas, geles hidroalcohólicos, se han marcado las distancias de seguridad, hemos organizado los turnos de trabajo... En definitiva, se ha preparado todo de la mejor manera posible para trabajar de forma segura y evitar contagios.

VF. ¿Cuáles las cifras que presenta la empresa en su campaña de La Mancha?

RA. Si bien llevamos un mes trabajando, comercializando sandía y algo de melón de Sevilla, nuestra campaña fuerte comienza el 20 de julio con nuestras producciones en La Mancha. En el campo, las plantaciones de sandía han tenido un desarrollo óptimo y se espera una cosecha con buen calibre y muy buena calidad.

En melón, habrá que esperar hasta principios de agosto, al tener este año un ligero retraso en nuestra zona, pero también esperamos una calidad óptima.

Para esta campaña 2020, se han plantado 40 hectáreas de sandía, 30 de melón, 30 de pimiento y 8 hectáreas de calabaza. En total, 108 hectáreas de producción propia para este año que se complementarán con la compra a otros productores.

VF. ¿Qué sensaciones transmite la temporada 2020?

RA. No voy a negar que en estos momentos estamos preocupados por el parón que ha habido en las ventas debido al mal tiempo en Europa. Pero éramos conscientes de las previsiones y sabíamos que venían días complicados.

De todas formas, todos los años hay altibajo así. Ahora toca esperar que el tiempo mejore y sacar adelante la campaña, sirviendo a los clientes con la profesionalidad que nos caracteriza.

EXPORTAMOS
nuestra
tradición

Agrollanos
Frutas y verduras

WWW.SATAGROLLANOS.COM

ANTONIO AGUDO / Responsable de Ventas de SAT Hnos. Agudo Contreras

“La gran novedad este año ha sido la introducción de la sandía, que comercializamos bajo la marca El Melonero”

Muchos podrían pensar que este ejercicio 2020 no es el mejor para iniciar nuevas aventuras comerciales debido a los estragos generados por la crisis sanitaria, pero la familia de El Melonero ha visto en esta campaña el momento justo para lanzar su importante novedad: la introducción de la sandía en su oferta. Antonio Agudo nos avanza esta gran noticia y habla de cómo la SAT Agudo Contreras afronta su campaña 2020 de melón y, ahora también, sandía.

Valencia Fruits. En el mes de mayo, en plena temporada almeriense, El Melonero registró cifras de venta similares al año anterior. Pero, ¿cómo han ido las cosas en la fase de desescalada con el fin del estado de alarma?

Antonio Agudo. La verdad es que las cifras en relación a los kilos comercializados no han registrado una caída notable en comparación con el año anterior. Bajo mi perspectiva, el sector de la alimentación ha sido el menos afectado y, gracias a ello, el volumen de ventas se sitúa en los parámetros de normalidad de la compañía. De hecho, incluso podemos afirmar que este volumen se ha visto incrementado por la nueva apuesta de El Melonero: la introducción de la sandía como nuevo producto comercializado bajo nuestra marca.

VF. En la campaña murciana, ¿está habiendo problemas de suministro tras las fuertes lluvias que se han registrado en la Región?

AA. Basándonos en los hechos acaecidos, podemos afirmar que este año ha sido complicado en el campo murciano. Las lluvias y las condiciones climatológicas adversas han sido un contratiempo para que el cultivo del melón sea el adecuado. Pese a ello, desde El Melonero hemos trabajado duro para sortear la falta de suministro y satisfacer



Antonio Agudo afirma que toda la familia de El Melonero está muy ilusionada con este nuevo proyecto y contenta por la buena acogida que sus sandías han tenido en el mercado durante los primeros meses de comercialización. / EL MELONERO

“Desde Hnos. Agudo Contreras, valoramos la importancia de tener presencia en todos los mercados mayoristas porque su volumen de negocio es muy alto”

en todo momento la demanda de nuestros clientes, proporcionándoles un melón ligado a la garantía de calidad.

VF. En pocos días comienza la campaña fuerte de El Melonero con las producciones manchegas. ¿Cuáles son las informaciones que llegan desde la zona teniendo en cuenta la recomendación que lanzó la interprofesional de controlar las plantaciones y adecuarlas a la

demanda en esta coyuntura marcada por la pandemia?

AA. La situación nos lleva a pensar que la campaña manchega va a ser muy similar a la de años anteriores. Sin olvidar que la pandemia constituye un episodio sin precedentes en la vida de todos, el sector agroalimentario tiene que seguir su marcha para abastecer el consumo. Y aferrados a ese estímulo, estamos pre-

parados para sumergirnos en una campaña que, bajo nuestra perspectiva, no distará mucho de las anteriores.

VF. Teniendo en cuenta el volumen de melón que mueve El Melonero durante la temporada nacional, ¿se podrá superar este volumen en la campaña 2020?

AA. La actitud positiva es una de las premisas de nuestra compañía. El año pasado alcanzamos cifras, respecto a kilos comercializados, que nunca imaginábamos distribuir bajo nuestra marca. Cada año trabajamos con la ilusión de seguir mejorando para aumentar la cartera de clientes y posicionar nuestra marca, El Melonero, en más puntos del mercado y así, seguir consolidándonos en el sector.

Siguiendo las líneas marcadas por las campañas de Almería y Murcia, si la actividad se desarrolla bajo los parámetros de esta nueva normalidad que estamos viviendo, creemos en la posibilidad de superar el volumen de kilos de años anteriores.

VF. El melón Piel de Sapo es el ‘buque insignia’ de la casa, pero hablemos de la gran novedad de la empresa: la introducción de la sandía.

AA. Efectivamente, la novedad estrella de este año es, sin duda, la apuesta por la comercialización de la sandía. Al igual que nuestro producto por exce-

lencia, también la distribuimos bajo la marca El Melonero. Estamos muy ilusionados con este nuevo proyecto y contentos por la buena acogida que nuestras sandías han tenido en el mercado durante los primeros meses de comercialización. Por ello, haremos cuanto esté en nuestra mano para posicionar la sandía de El Melonero e incrementar el volumen de negocio vinculado a este producto.

VF. Hablando ahora de la cartera de clientes de la empresa, ¿qué peso tiene actualmente la gran distribución? ¿Cómo ha sido esta transición entre el mundo mayorista y las cadenas de supermercados?

AA. Un porcentaje importante de los kilos de melón comercializados desde El Melonero va dirigido a la gran distribución. En la actualidad, las grandes superficies mueven la mayoría del volumen que se distribuye. Es preciso destacar que, cada vez más, los supermercados están apostando por una línea de calidad, factor que potencia su ritmo de crecimiento tan acelerado. Asimismo, desde Hnos. Agudo Contreras, valoramos la importancia de tener presencia en todos los mercados mayoristas porque su volumen de negocio es muy alto y, en consecuencia, muy positivo para nuestro negocio.

VF. Tras concluir la campaña almeriense de forma positiva y viendo cómo está transcurriendo la murciana, ¿qué sensaciones trasmite la temporada manchega teniendo en cuenta que nos enfrentamos a uno de los veranos más atípicos?

AA. En términos generales, el inicio de la campaña manchega, bajo mi perspectiva, está siendo rara. Hasta ahora, el tiempo en la cosecha ha sido negativo, nos hemos enfrentado a la escasez de producto y la nueva normalidad establecida nos tiene a todos con la incertidumbre de qué va a pasar. No obstante, si las condiciones climatológicas acompañan y la producción sigue en el buen camino, mi opinión, pensando en positivo, es que todo tiene que fluir como en años anteriores. Así, podremos ofrecer a nuestros clientes melones y sandías de calidad indiscutible y proporcionarles un buen servicio. Al final de todo, creo que estar a la disposición del cliente es la clave para que todo vaya bien.

**Distribución Nacional
Import-Export**

El Melonero

DE VILLACONEJOS

S.A.T. 9213 HNOS. AGUDO CONTRERAS

EST. 1988

ALMACÉN: Ctra. Titulcia, nº 37 - 28360 VILLACONEJOS (MADRID) - Tel.: 91 893 80 81 - Fax: 91 893 93 29
 ANTONIO: VENTAS 609 712 798 - ÁNGEL: ALMACÉN 696 444 102 - EMILIO: COMPRAS 608 591 737
 E-mail: hnosagudo@melonero.com - elmelonero@melonero.com - Web: www.melonero.com

www.lidervillaconejos.com



LIDER VILLACONEJOS®

El Melón por Excelencia



Calidad, Servicio y Compromiso