

# valencia fruits

18 de febrero de 2020 • Número 2.884 • Año LVIII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La agricultura valenciana se manifiesta bajo el lema "Basta de engañar a los agricultores y ganaderos". / ÓSCAR ORZANCO

## Manifestación histórica

Más de 20.000 agricultores, acompañados de 1.000 tractores, protestan en el centro de Valencia exigiendo precios dignos para poder seguir viviendo de su profesión

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

El clamor del campo se escuchó con claridad por las calles de Valencia el 14 de febrero. Los agricultores y ganaderos de la Comunitat Valenciana protagonizaron una manifestación histórica. Más de 20.000 agricultores, acompañados de unos 1.000 tractores, muchos de los cuales salieron a las 5 de la mañana de sus poblaciones para poder asistir a esta protesta, recorrieron unidos el centro de la capital.

Los productores hicieron visible una situación insostenible y reclamaron precios dignos y justos para poder seguir viviendo de su profesión. Se sienten defraudados y denuncian la demagogia

y el engaño de las políticas vacías que han desembocado en una profunda crisis en el sector. Por ello, reclaman a las distintas administraciones medidas a corto, medio y largo plazo que garanticen una rentabilidad digna para los productores, que garanticen un futuro para la actividad. En este contexto de malestar, los políticos y las cadenas de distribución se convirtieron en el foco de las críticas de los dirigentes agrarios.

Los agricultores salen reforzados de esta multitudinaria movilización tras el respaldo obtenido en la calle. La jornada se convirtió en una demostración de la fuerza que atesora el campo. La nutrida afluencia constata la importancia



y el poder de convocatoria que sigue atesorando la agricultura valenciana. Las cifras finales avalan el éxito de participación de una movilización histórica.

Los productores siguen estando al límite. Nada ha cambiado de momento tras la manifestación. Pero, al menos, el 14 de febrero se fueron a sus casas satisfechos. Orgullosos de formar parte del colectivo del campo y de que la sociedad haya escuchado su grito de auxilio. Los agricultores dejaron bien claro que no se darán por vencidos y demostraron que el campo está unido.

Más información en las páginas 2, 3, 4 y 6



### Esta semana

**7** La consellera de Agricultura, Mireia Mollà, se reúne con el sector para tratar la crisis

El sector de los berries reclama más controles para los productos de países terceros

**8** Los agricultores españoles intensifican sus protestas en ciudades y carreteras

**9** El Gobierno anuncia la inmediata modificación de la ley de la cadena alimentaria

**10** La UE acapara el 94% de las exportaciones españolas de frutas y hortalizas

**11** Precio récord de la lechuga tras el desajuste de la oferta por la climatología

**12** El Consell de l'Horta pone en marcha el Plan de Desarrollo Agrario de la Huerta de Valencia

**13** La Comunitat Valenciana solicita rebajas fiscales para los cultivos que se vieron afectados por la climatología en 2019

Francia sospecha de la llegada al país del virus del tomate

**FRUIT LOGÍSTICA 2020**



Valencia fruits  
**dossier**

#### ÍNDICE

Agrocomercio: .....	3
Agrocultivos: .....	12
Agrotizaciones: .....	14
Legislación: .....	18
Noticias de empresas: .....	19



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

■ distribucion@valenciafruits.com

**Publicidad**

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ rocio.ferrer@valenciafruits.com

BENILDE PASCUAL FERRER

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

■ info@valenciafruits.com



**SUCRO**

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: Mediterráneo Proceso Gráfico

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

**Empresa Asociada:**



**OPINIÓN**

# Histórica manifestación del 14-F

Por GONZALO GAYO

**H**istórica manifestación de los agricultores en Valencia para exigir justicia. Más de 20.000 manifestantes llegados desde todos los rincones de la geografía valenciana, acompañados con más de un millar de tractores, tomaron las calles de Valencia para exigir precios justos para sus producciones y denunciar la demagogia y el engaño de las políticas vacías que nos han llevado a una situación límite.

El 14 de febrero de 2020 ya figura en los anales de la historia tras el rotundo éxito de una convocatoria que ha batido todos los récords y demostrado la unidad de los hombres y mujeres del campo en la lucha por la justicia y dignidad. Las fuerzas políticas parlamentarias se han adherido también al manifiesto leído por las organizaciones agrarias en la Plaza América ante miles de manifestantes y entregada una copia a la delegada del Gobierno, Gloria Calero.

Frente a la profunda crisis que sufre el campo, los agricultores han demostrado una vez más el coraje y la determinación en defensa de nuestra agricultura y de un sector alimentario que genere empleo y sueldos dignos para todos. Con su protesta se defiende también el medio ambiente, un futuro para una España vaciada, una alimentación saludable para nuestros hijos y un trato justo en la cadena alimenticia.

La protesta es también la rebelión ante una Europa que da la espalda al campo y que utiliza el esfuerzo de nuestros agricultores como moneda de cambio. Bruselas es responsable directo de unos precios ruinosos por las importaciones masivas de países terceros y que ejecuta sin controles fitosanitarios, pese a las amenazas de plagas y pandemias.

Los 'brokers' y 'lobbies' de Bruselas quieren arruinar



Imagen de la manifestación celebrada en Valencia el 14 de febrero. / GONZALO GAYO

a nuestros agricultores para repartirse sus fondos mientras especulan con los precios a la baja en los productos del campo para controlar la inflación y así conseguir el objetivo de unos tipos de interés bajos. Algún día los responsables de estas políticas en Bruselas pagarán el daño causado a un sector que representa el ser o no ser de una sociedad y el futuro de Europa.

Los agricultores valencianos han dado toda una lección a la sociedad y es hora de que los consumidores nos unamos sin ambages a esta lucha, que es la de todos, antes de que sea demasiado tarde.

Ha llegado la hora de pasar de las palabras a los hechos con el compromiso de todos para construir un futuro necesario para el campo. Hay que dar respuestas con medidas presupuestadas que garanticen la renta digna de los agricultores con precios justos. Los precios se construyen como en cualquier sector desde abajo hacia arriba. ¿Se imaginan que ocurriera lo mismo en el sector automovilístico o el financiero? Es impensable. Pues lo mismo en el campo.

Hay que crear las condiciones que permitan a nuestros agricultores obtener los recursos necesarios a su esfuerzo y no seguir alimentando a los terratenientes que se lucran de las ayudas de la PAC. La nueva PAC 2021-27 debe priorizar a los pequeños agriculto-

res y su papel fundamental en la seguridad alimentaria, en la fijación de población en la España vaciada y en la generación de un sector alimentario potente capaz de conquistar nuevos mercados.

Son necesarias medidas que hagan frente al cambio climático con un mayor apoyo en los seguros y en una fiscalidad que contribuye a la ruina del campo. Es urgente preservar una agricultura que satisfaga las necesidades de los europeos y garantice la salubridad de los alimentos frente a las amenazas que surgen cada día en el mundo. Reflexionen sobre el porqué surge en un mercado de China la mayor amenaza para la salud pública mundial, que acabará costando miles de vidas humanas y miles de millones en pérdidas. ¿Estamos dispuestos a dejar nuestra alimentación y la de nuestros hijos en manos de otros cuando ni siquiera somos capaces de controlar los productos fitosanitarios y plagas que importamos de países terceros?.

Entre las reivindicaciones cabe destacar la revisión de la Ley para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, crear un Observatorio de Precios y que se persiga la venta a pérdidas en la Ley de Comercio Minorista; presupuesto suficiente para cubrir las necesidades de las personas aseguradas en el sistema de seguros agrarios y la implan-

tación de un seguro de costes/ingresos agrarios, entre otros aspectos.

La tractorada-manifestación ha sido un éxito rotundo. Convocada por las organizaciones profesionales agrarias que forman parte de Asaja en la Comunitat Valenciana (AVA-Asaja, Asaja Alicante y Fepac-Asaja), La Unió de Llauradors i Ramaders y la Unió de Pequeños Agricultores y Ganaderos del País Valencià (UPA-PV), contó con el apoyo de Coopera-

tives Agro-alimentàries y centenares de ayuntamientos, entidades sociales y la práctica totalidad de partidos políticos adheridos al manifiesto leído en la Plaza América. Ha sido un orgullo ver la capacidad de respuesta de nuestros agricultores y el ejército de tractores que durante más de cuatro horas desfiló sin cesar por el centro de Valencia. La manifestación atravesó la calle Xàtiva, la calle Colón, la Porta de la Mar, la avenida de Navarro Reverter y la Plaza América, ofreciendo una respuesta nunca vista hasta hoy haciendo historia.

Bajo el lema "Basta de engañar a los agricultores y ganaderos" los agricultores valencianos se suman a la oleada sin precedentes de protestas y manifestaciones del sector agrario que recorre Europa y multitud de comunidades autónomas españolas en reclamo a las distintas administraciones de medidas a corto, medio y largo plazo que garanticen una rentabilidad digna para los productores valencianos.

Esta gran batalla la ganarán los agricultores desde la unidad y con el apoyo de todos. Es también nuestra batalla, la de toda la sociedad valenciana y ha llegado la hora de que nuestros representantes se sienten a negociar para poner en marcha soluciones. Es imprescindible nuestro apoyo siempre a los agricultores y hoy más que nunca.

**LA PLANTA BAJA**



# Agrocomercio



La agricultura valenciana se manifiesta bajo el lema "Basta de engañar a los agricultores y ganaderos". / ÓSCAR ORZANCO

## El clamor del campo se escucha en Valencia

Más de 20.000 agricultores, acompañados de 1.000 tractores, recorren el centro de Valencia exigiendo precios dignos para seguir viviendo de su profesión

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

La agricultura valenciana se sumó a la oleada nacional de protestas del campo protagonizando una manifestación histórica el 14 de febrero. Más de 20.000 agricultores, acompañados de unos 1.000 tractores, recorrieron unidos el centro de Valencia haciendo visible una situación insostenible y reclamando precios dignos y justos para seguir viviendo de su profesión. Los productores se sienten defraudados y denuncian la demagogia y el engaño de las políticas vacías que han desembocado en una profunda crisis en el sector.

La respuesta de los productores ante esta situación, que califican de "crítica", ha sido contundente. La mayor movilización del sector agropecuario de la Comunitat Valenciana durante este siglo. Habría que remontarse a 2005 para encontrar un acto de protesta conjunto con una repercusión social similar. Ese año, bajo el lema 'Por el futuro de nuestro campo', y convocada por 36 organizaciones, los productores salieron a la calle pidiendo a la administración autonómica, central y europea soluciones a la crisis de rentabilidad del sector. El campo valenciano se manifestó por las principales calles del centro de Valencia en un intento de denunciar y sensibilizar a la sociedad y a las instituciones sociales y políticas sobre la difícil situación que atravesaba la agricultura, por las ridículas rentas que obtenía el agricultor por sus producciones.

Han pasado 15 años desde esta gran protesta en la Comu-

**Los productores denuncian la demagogia y el engaño de las políticas vacías**

nitat Valenciana, y la situación, lejos de mejorar, ha empeorado. El campo vive en una especie de 'tormenta perfecta' continua en la que casi ningún producto resulta ya rentable. Por ello, la multitudinaria manifestación

ha plasmado el grito de auxilio de un sector angustiado y asfixiado por una crisis de rentabilidad que va menguando sus ingresos campaña tras campaña. El clamor del campo se escuchó con claridad por las calles de Valencia. Y los productores advierten que seguirán saliendo a la calle para denunciar su situación si no reciben respuestas y, tanto la Unión Europea como el Gobierno de España y la Generalitat Valenciana, ponen en marcha medidas reales y tangibles

**Esta movilización se suma a la oleada sin precedentes de protestas del sector agrario**

para garantizar el futuro de la agricultura.

Esta movilización viene a sumarse a la oleada sin precedentes de protestas y manifestaciones del sector agrario que se están sucediendo en multitud de comu-

## Principales reivindicaciones

Entre las reivindicaciones consensuadas por las organizaciones agrarias convocantes de la gran manifestación del pasado viernes en la capital del Turia, cabe destacar la revisión de la ley de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, crear un Observatorio de Precios y que se persiga la venta a pérdidas en la Ley de Comercio Minorista. Se pide también un presupuesto suficiente para cubrir las necesidades de las personas aseguradas en el sistema de seguros agrarios y la implantación de un seguro de costes/ingresos.

Por otra parte, los productores reclaman activar, cuando la situación lo requiera, medidas de gestión de crisis como el Fondo de Crisis previsto por la PAC y fondos nacionales.

Además, exigen el desarrollo normativo de todas las posibilidades de excepción en materia de competencia que permite la PAC.

Otros aspectos presentes en la tabla reivindicativa son la puesta en marcha de un plan de reconversión y reestructuración para los sectores agrarios en crisis; y simplificar y armonizar la normativa ganadera. En materia de plagas, las organizaciones agrarias solicitan controlar,

mejorar y simplificar la gestión de la sanidad animal y vegetal, principalmente respecto a la tuberculosis, *Xylella fastidiosa* y amenazas como el HLB.

Además, consideran necesario disponer de materias activas para poder hacer frente a plagas y enfermedades.

En el apartado comercial, reivindican un estudio previo y una evaluación posterior del impacto de los acuerdos con terceros países. Otro punto es la obligatoriedad de informar en las etiquetas de las diferencias normativas de los productos procedentes de países terceros y los de la Unión Europea.

Los agricultores también reclaman una fiscalidad justa y ágil en su gestión por parte de los productores con una actualización del sistema fiscal agrario; revisión del Código Penal para mejorar la lucha contra los robos; una Ley de Emergencia por daños de la fauna sobre la agricultura y la ganadería; un análisis de los recursos hídricos e inversión en obras hidráulicas. Por último, postulan promover la reputación de los agricultores y ganaderos por su contribución ambiental. ■

nidades autónomas españolas desde que comenzara el año. Una muestra de la situación crítica que atraviesan los agricultores y ganaderos que reclaman a las distintas administraciones medidas a corto, medio y largo plazo que garanticen una rentabilidad digna para los productores. Un movimiento de protestas que también se está produciendo en países como Alemania y Francia.

### ■ BASTA DE ENGAÑAR

La tractorada-manifestación, convocada por las organizaciones profesionales agrarias que forman parte de Asaja en la Comunitat Valenciana —la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja), Asaja Alicante-Jóvenes Agricultores y la Federación Provincial de Agricultores y Ganaderos de Castellón (Fepec-Asaja)—, La Unió de Llauradors i Ramaders y la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos del País Valencià (UPA-PV), contó con el apoyo de Cooperatives Agro-alimentàries y centenares de ayuntamientos y entidades sociales de la Comunitat Valenciana.

La acción de protesta partió a las 11.00 horas desde la Plaza de San Agustín con el clamor unánime y la pancarta con el lema: "Basta de engañar a los agricultores y ganaderos". Durante más de cuatro horas los manifestantes gritaron a lo largo del recorrido, que atravesó la calle Xàtiva, la calle Colón, la Porta de la Mar, la avenida de Navarro Reverter y la Plaza América, consignas como: "Queremos futuro", "SMI, los agricultores también tenemos derecho a un salario mínimo por nuestros productos"; "No a la entrada de productos de terceros países en plena campaña"; "Menos agricultura, Más despoblación"; "Precios mínimos en campo ¡YA!"; "La lucha contra el cambio climático comienza en el campo"; "Nosotros damos comida, los políticos nos matan de hambre"; "Mientras los políticos divagan los agricultores se mueren"; "Sin agricultura no hay futuro en los pueblos"; o "Menos demagogia política y más precios dignos".

Tras recorrer las calles del centro de Valencia, todos los asistentes y un grupo de tractores se congregaron en la Plaza América. Una marea humana unida en una manifestación blanca sin signos políticos. En este punto la periodista agraria Silvia Sorria presentó los parlamentos de los diferentes representantes de las OPAS convocantes, que denunciaron los motivos que han degenerado en este escenario y obligado a salir a la calle.

El punto y final a este acto de protesta lo pusieron los representantes del sector al trasladarse a la Plaza del Temple para entregar a la nueva delegada del Gobierno, Gloria Calero, un documento reivindicativo y la petición de una reunión para abordar medidas dirigidas a mejorar la rentabilidad de los productores. Productores que el viernes dejaron bien claro que no se darán por vencidos y demostraron que el campo está unido.

■ A 15 FEBRERO

## Exportados 143.515.437 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2019/2020, a 15 de febrero, se han enviado a países terceros, en exportación (143.076.484) y reexportación (438.953), un total de 143.515.437 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2018/2019, a 16 de febrero de 2019, lo exportado eran 167.974.972 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 19/20		Campaña 18/19	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Albania	5.400			
Andorra	408.283		460.942	
Angola	74.580		210.870	
Arabia Saudita	3.089.459		4.358.138	
Argentina	428.717		1.594.127	
Australia	335.656		154.679	
Bahrain	80.296		100.998	
Bielorrusia	712.824		2.606.342	
Bosnia-Herzegovina	109.868		190.821	
Brasil	14.325.443		13.686.876	
Burkina Faso	12.060			
Cabo Verde	254.918	72.816	291.546	38.775
Camerún	7.046		33.768	
Canadá	39.081.854		39.889.733	
Chad	21.840			
China	1.396.234		4.027.146	
Colombia	330.996		322.402	
Congo (República)	14.676		42.030	
Corea del Sur	122.049		1.684.155	
Costa de Marfil	67.004	2.592	56.088	3.202
Costa Rica	622.086		715.488	
Curaçao	212.925		138.690	
Djibouti	11.160			
El Salvador	64.114		43.740	
Emiratos Árabes Unidos	4.275.567		4.167.612	
Estados Unidos	922.250		13.373.296	
Gabón	61.770	4.738	174.639	501
Gambia			6.272	
Ghana	44.969		26.316	
Gibraltar	161.966	9.824	134.060	4.144
Guatemala	146.274		24.840	
Guinea	1.981	1.439	13.291	
Guinea Ecuatorial	190.840	58.173	153.603	53.215
Honduras	66.072		86.919	
Hong-Kong	11.260		48.059	
India	1.086			
Indonesia			48.620	
Islandia	340.440		501.520	
Kazajistán			58.273	
Kuwait	132.056		144.529	
Libia			41.968	
Macedonia	19.876			
Malasia	477.386		225.337	
Maldivas	2.613			
Mali	46.719	14.819	34.646	12.962
Marruecos	364		117.438	20.389
Mauricio	23.625		24.430	
Mauritania	329	3.625	9.771	4.723
Moldavia	469.321	1.080	436.045	
Nigeria	91.578			
Noruega	24.577.739	13.440	25.151.242	14.080
Omán	148.074		211.109	
Panamá	670.940		715.111	
Qatar	1.402.130		1.602.502	
Rep. Centroafricana	81.449	41.011	87.739	57.264
Senegal	22.722	4.680	32	
Serbia	1.116.741	2	1.023.068	
Singapur	23.386		129.816	
Sri Lanka	41.633		20.160	
Sudáfrica	2.543.590		2.171.594	
Suiza	40.969.099	210.713	43.786.688	120.929
Togo	810		12.807	
Ucrania	1.938.789		1.931.503	2.145
Uruguay	244.990		339.209	
<b>Por variedades (Kg):</b>				
Clausellina	30.608		8.143	
Satsuma	1.766.964		1.878.167	
Clementina	43.832.692	4.788	60.917.043	3.255
Clementina con hoja	5.010.865		7.092.238	12
Clemenvilla	3.164.847		3.609.467	
Hernandina	403.731		1.523.136	
Fortuna			1.118	
Kara	660			
Ortanique	2.580.908		1.856.883	
Ellendale			4.462	
Otras mandarinas	3.935.529	4.890	2.614.426	2.618
Nadorcott	3.806.119	80	2.839.526	
■ TOTAL MANDARINAS	64.532.924	9.758	82.344.609	5.884
Navelina	39.478.857	4.915	45.265.260	2.287
Navel	4.399.060	5.978	5.042.617	3.155
Navel Late	900.494	39.460	1.147.315	210
Lane Late	7.855.919		5.620.081	34
Salustiana	6.878.477		3.486.771	
Cadenera	166		1.747	
Sanguina	470			
Sanguinelli	190.436		140.073	
Valencia Late	188.473	36.030	277.587	30.602
Verna	2.015	39	2.474	2.233
Otras	434.897	80.008	393.829	108.142
Uso Industrial	922.455		475.979	
Navel Powel	8.664		6.258	
Barberina	4.535	3.513	10.990	
■ TOTAL NARANJAS	61.264.918	169.944	61.870.981	146.663
■ TOTAL LIMONES	15.607.026	244.577	21.951.996	150.264
■ TOTAL POMELOS	1.670.420	14.675	1.472.928	29.518

# ¡Queremos futuro!

### Los productores critican a los políticos y la gran distribución

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Los productores de la Comunitat Valenciana han expresado su frustración con una movilización histórica y denuncian la demagogia y el engaño de las políticas vacías de las administraciones públicas que han contribuido a generar una profunda crisis de rentabilidad en el sector.

Los representantes de las organizaciones agrarias convocantes de la protesta denunciaron los motivos que han degenerado en este escenario y obligado a salir a la calle, situando en el centro de la diana a los políticos y la gran distribución. Demandan medidas para garantizar el futuro de la actividad y poder seguir viviendo de su profesión.

El presidente de la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja), **Cristóbal Aguado**, criticó que se favorezca a grandes fondos de inversión extranjeros que ofrecen "salarios de esclavos para destruir la agricultura europea, española y valenciana por el dumping social. Hay fondos de inversión que operan comprando y cultivando en África, Asia o América, utilizando a personas que cobran sueldos bajísimos, para poder copar el mercado europeo. Y todo gracias a la incompetencia de los políticos que firman los acuerdos internacionales. Esto se tiene que acabar".

El dirigente agrario también lanzó un mensaje para la gran distribución: "No podemos vivir porque no percibimos el esfuerzo de nuestro trabajo. En la cadena alimentaria, el único eslabón que no obtiene un beneficio justo por su actividad es el eslabón oxidado de los agricultores. Todos los demás brillan porque los precios se fijan en la parte alta de la estructura alimentaria. Necesitamos que los políticos legislen para corregirlo".

Cristóbal Aguado reivindicó un futuro para el campo y resaltó que "es importante que los agricultores estemos unidos. Con una única voz, con un mensaje claro: queremos vivir dignamente del trabajo en el campo. Y, a partir de esta manifestación, los políticos tienen que demostrar su valía, tanto en los ayuntamientos, como en la Comunitat Valenciana, Madrid o Bruselas. No queremos palabras. Estamos abiertos al diálogo, pero acompaña de hechos".

El secretario general de La Unió de Llaoradors y Ramaders, **Carles Peris**, destacó que la multitudinaria protesta responde a que han llegado a "una situación límite. No somos capaces de tener un ingreso de nuestras explotaciones porque toda la cadena de valor se centra en grandes suministradores y los grandes supermercados están acaparando ese valor. Los políticos legislan en favor de la grandes multinacionales, de los grandes operadores. Los ayuntamientos son los únicos que dan la cara por los agricultores". "Los consumidores —continuó— quieren productos de calidad a precios razonables. Y eso podemos hacerlo los agricultores valencianos. Pero exigimos un etiquetaje transparente y que los supermercados, que luego se llenan la boca de valencianismo, no oculten información sobre el origen del producto".



Cristóbal Aguado



Carles Peris



Eladio Aniorte



José Vicente Guinot



Ricardo Bayo. / FOTOS ÓSCAR ORZANCO

Peris también lanzó un mensaje para los políticos: "El campo está vivo y estamos dispuestos a defenderlo y queremos que nos escuchen en la Comunitat Valenciana, en Madrid y en Bruselas. Queremos futuro. Y ya es hora que los políticos cambien su dinámica de legislar para ayudar al agricultor. Queremos propuestas serias sobre la mesa. Se puede gobernar de otra forma y hacer mejor las cosas".

El presidente Asaja Alicante, **Eladio Aniorte**, señaló que en esta provincia la situación es catastrófica, como en todas, pero con el agravante de los episodios de DANA que han sufrido y, sobre todo, por el déficit hídrico. "En Alicante tenemos un problema añadido: el agua. Cómo se permite una ministra afirmar que va

a cortar el trasvase Tajo-Segura cuando está regulado por ley. El agua es un derecho y hay 50.000 hectómetros cúbicos de agua que se van al mar, y el sureste solo necesita 1.000. Pero no se puede recuperar del mar; hay que llevarla de los ríos. Exigimos agua de calidad, a precios asequibles", reclamó el dirigente alicantino.

Aniorte lanzó un mensaje crítico para los políticos: "Estamos manifestándonos en la calle por un sector que se muere. España es un país agrario, representa el 60% de la producción europea, y siempre hemos portado el mejor emblema: agricultores de primera. Ahora, una clase política desvergonzada, muestra una total indiferencia por esta actividad".

"Bruselas se ha convertido en un club de negocio económico. De otra forma, no se entiende como firman acuerdos con terceros países, con los que no podemos competir en costes. Necesitamos personas en Europa que nos representen y nos defiendan. Ahora somos esclavos de las decisiones de los políticos", afirmó el presidente Asaja Alicante.

El secretario de Organización y Administración de UPA-PV, **Ricardo Bayo**, aseguró que en los últimos 25 años "no se ha subido ni un céntimo el valor de los productos agrarios, mientras los costes de producción, como la luz, el gas, los fertilizantes o el agua se han duplicado en este periodo. En la Comunitat Valenciana no hay ningún producto que funcione bien. Todos los sectores agrarios están en crisis. La naranja, el kaki, la uva, las hortalizas, la aceituna..., no va bien nada".

"Queremos compromisos de los políticos. Que se prohíba la venta a pérdidas, que los precios se construyan desde abajo hacia arriba, que se prohíban las prácticas abusivas y que los contratos que firmamos se cumplan. Que no se usen los productos como reclamo de la gran distribución. Queremos que se cree en un observatorio de precios y se estudien los costes de producción y que se persiga a los especuladores. Pedimos a los políticos que garanticen precios justos para nuestros productos para vivir dignamente de nuestro trabajo en nuestros pueblos y con nuestras familias", señaló Ricardo Bayo. "En esta comunidad llevamos 25 años sin política agraria y fruto de ello nos encontramos en esta crisis sin precedentes", concluyó el secretario de UPA-PV.

**José Vicente Guinot**, presidente de la Federación Provincial de Agricultores y Ganaderos de Castellón (Fepac-Asaja Castellón), destacó la falta de voluntad política, tanto del Gobierno, de la Generalitat Valenciana y de la UE para solucionar los problemas de los agricultores. "Tras una campaña citrícola nefasta, el Gobierno de la Generalitat y la Conselleria prometieron unas ayudas de minimis. ¿Por qué a día de hoy no están aprobadas? La respuesta es muy clara: no existe voluntad política para ponerlas en marcha. Igualmente no hay voluntad cuando Europa firma acuerdos internacionales con países terceros y no se demanda siquiera la reciprocidad fitosanitaria", afirmó Guinot.



# CITROSOL

ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

## HECHOS, NO PALABRAS

Preservar los recursos necesarios para la vida, como el agua y la calidad del aire, es necesario para el desarrollo sostenible de la sociedad. CITROSOL contribuye a ello con sus sistemas y productos.

**Citrosol Sunseal® y Citrosol A S UE:** Recubrimientos para cítricos que reducen la temperatura de los túneles de secado, disminuyendo la huella de carbono y la emisión de gases de efecto invernadero.

**Sistema Citrosol Vertido Cero®:** Sistema para el control del podrido que evita gestionar los “caldos de final del día”, ya que logramos mantener la eficacia inicial de los mismos.

**Sistemas Citrocide®:** Para el lavado higiénico y control del podrido de pimientos, tomates y aguacates, ahorro de más de un 70% de agua.

Citrocide® PC y Citrocide® PLUS son los únicos productos postcosecha para la desinfección en el lavado de cítricos, pimientos y tomates autorizados en España para uso en Agricultura Ecológica.



“ CITROSOL y sus clientes contribuyen así al desarrollo sostenible de la hortofruticultura. ”



# Imágenes de la protesta del 14 de febrero 2020 en Valencia



FOTOS: ÓSCAR ORZANCO





El sector agrario valenciano demanda medidas concretas para paliar la crisis. / CONSELLERIA DE AGRICULTURA

## Mireia Mollà se reúne con el sector agrario para tratar la crisis

La consejera anuncia el cálculo de índices de los costes de producción para diseñar medidas de compensación y protección a agricultores

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Indicadores transparentes de los costes de producción, líneas de repercusión para el campo de la política fiscal medioambiental y mantenimiento de la aportación a los seguros agrarios para minimizar el impacto de la subida de precios de las pólizas son algunas de las propuestas que la consellera de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, Mireia Mollà, expuso el pasado lunes durante la reunión que mantuvo con los representantes de una decena de organizaciones agrarias, de regantes o de las cooperativas agro-alimentarias.

La titular del agro valenciano se reunió con el sector agrario para tratar la crisis y escuchar sus reivindicaciones. El encuentro contó con la presencia de Asaja, AVA, COAG, Fecoreva, Federació de Cooperatives Agroalimentàries, Fepac-Asaja, La Unió y UPA, que llegaban a la reunión tras la manifestación multitudinaria del 14 de febrero.

Entre los anuncios de la Conselleria de Agricultura destaca la iniciativa que coloca a la Comunitat Valenciana como la primera comunidad autónoma en plantear el cálculo objetivo de los índices de precios de cada cultivo, en "oficializar" los costes de producción para diseñar medidas de compensación, para reclamar cláusulas de protección y para forzar al eslabón de la cadena a que se paguen precios justos.

Mireia Mollà ha defendido la puesta en marcha de una política fiscal medioambiental compensatoria para el sector agrario en tanto que asienta población y actúa como protector del entorno, freno a la desertificación y sumidero de carbono, todos ellos efectos que

reducen el impacto del cambio climático.

"No vamos a recortar ni un euro la aportación a seguros agrarios. Estamos orgullosos de ser la comunidad autónoma que más aporta, 24,5 millones de euros. Nos mantendremos vigilantes para que en los próximos Presupuestos Generales del Estado suba la aportación del Estado pero en el 'mientras llegue' apoyaremos al sector para poder contar con esta medida de protección", subrayó la consellera de Agricultura.

Mireia Mollà se refirió también al compromiso de su departamento a implantar un calendario de trabajo que "no espere a que lleguen los cambios normativos anunciados por el Ministerio", en referencia al reglamento de las elecciones al campo, un mecanismo de garantía de la representatividad del sector, o de la transposición de la directiva europea para modificar la ley de la cadena alimentaria. La titular del agro valenciano recordó el carácter "obligatorio" de esta medida presentada por el Gobierno, ya que la Unión Europea exige su aplicación antes de que acabe el año 2021.

Los representantes de los agricultores coincidieron en detectar el problema, la renta agraria, y repasaron, a su juicio, algunas de las problemáticas como la competencia en desigualdad de condiciones motivada por los acuerdos comerciales, la amenaza fitosanitaria, la falta de una voz potente en Europa o incluso la falta de relevo generacional o las divisiones del sector.

En este sentido, la Conselleria recordó que la reciprocidad en los acuerdos comerciales entre la Unión Europea y terceros países es una constante en las demandas al ministro

de Agricultura, Luis Planas, al que exigen cláusulas de salvaguardia, controles rigurosos en los puertos entrada y tratamiento en frío para las importaciones. Reivindicaciones que también dirigen a los comisarios europeos a los que instan a recuperar los principios de "preferencia comunitaria", que son "esencia" de la construcción de un mercado europeo común y que "se ha ido perdiendo".

La titular de Agricultura y Desarrollo Rural recogió el planteamiento del sector sobre el traslado de su voz a Bruselas e instó a trabajar de forma conjunta. "Allí donde tengamos presencia debemos mantener una postura común y construir una ramificación de defensa de nuestros intereses: desde pedir que se mantengan las cuantías en la nueva PAC hasta presionar para que no se nos excluya de otros paquetes como el del Pacto Verde Europeo".

Finalmente, la consellera también se ha mostrado abierta a congregarse al resto de actores de la cadena alimentaria como distribuidores o incluso consumidores para buscar puntos de encuentro.

## El sector de los berries reclama extremar los controles para los productos de países terceros

► **VF. REDACCIÓN.**

Freshuelva ha trasladado al ministro de Agricultura, Luis Planas, que se extremen los controles y que se cumplan con las inspecciones fitosanitarias para la frambuesa y el arándano procedente de terceros países, cuya entrada masiva en Europa ha estado provocando un desplome acusado de los precios en el mercado. La asociación le ha hecho llegar sus reivindicaciones al titular español de Agricultura a través de Fepex, que ha participado en la reunión de Luis Planas con representantes del sector de frutas y hortalizas.

Para Freshuelva, es fundamental trasladar a la Comisión Europea la necesidad de incrementar las medidas de control de entrada a las exportaciones que llegan procedente de terceros países a la UE para que se les aplique estrictamente la legislación en materia de inspecciones.

De la misma forma, ha trasladado a Planas la reivindicación del sector de los frutos rojos de la provincia onubense para ser

incluido en el régimen de pagos directos de la Política Agraria Común (PAC), cuya reforma se debate en la actualidad en Europa, atendiendo al promedio de hectáreas cultivadas y empleo generado por cuenta ajena y propia en el entorno rural.

En este contexto, Freshuelva ha lamentado que la reunión se cerrase sin compromisos claros de la Administración para paliar la crisis que atraviesa el sector, por lo que su junta directiva ha decidido adherirse a la movilización que, para el próximo 5 de marzo, han convocado Asaja-Huelva y Cooperativas Agro-alimentarias.

En este sentido, considera necesario que las administraciones tomen medidas para paliar la crisis de un sector que lleva años luchando sin ayudas por sobrevivir a un mercado que le castiga con precios bajos, pero al que concurren productos que, gracias a acuerdos comerciales con países terceros, incluso incumplen la normativa laboral y sanitaria europea, a la que sí tenemos que ceñirnos los productos nacionales.



La entrada masiva de frambuesas y arándanos procedentes de países terceros ha provocado un desplome acusado de los precios en el mercado. / ARCHIVO

# Lililup®

Melones sin complejos



**¡Me comerás con cuchara!**

Disponibilidad todo el año. 12 meses de Sabor

Lililup.eu *by Jimbee*

# Los agricultores intensifican sus protestas en ciudades y carreteras

Bajo el lema “Agricultores al límite”, el objetivo de las protestas es reivindicar la búsqueda de soluciones a los problemas de rentabilidad de los productores

► NR. REDACCIÓN.

Agricultores y ganaderos protagonizaron el pasado viernes, 14 de febrero, otra jornada de movilización en Andalucía, Cataluña, Comunitat Valenciana y Asturias, mientras en Madrid, el Gobierno abordaba con los sindicatos la situación laboral del sector, en ausencia de los convocantes de las protestas.

En la Comunitat Valenciana, miles de agricultores colapsaron el tráfico del centro de Valencia para reclamar al Gobierno precios justos y la persecución de prácticas como la venta a pérdidas.

En Andalucía, la convocatoria de una tractorada en Lucena a los agricultores del sur de la provincia cordobesa y de otras provincias andaluzas provocaron cortes al tráfico de la autovía A-45, que une Málaga y Córdoba por Antequera. Los manifestantes resaltaron que “la falta de precios justos, la grave crisis de rentabilidad de las explotaciones, el reto climático y la imposición de barreras comerciales justifican las protestas”.

**El reto: precios justos, rentabilidad de las explotaciones, clima y barreras comerciales**

**Los manifestantes se multiplican en ciudades, pueblos y carreteras de toda España**

En Lleida, más de 1.500 agricultores y 420 vehículos (según la Guardia Urbana) llegados desde esta provincia y desde Huesca se manifestaron para denunciar el “riesgo de la supervivencia de las explotaciones agrarias y familiares”. Los agricultores denunciaban que en los últimos años se ha puesto en peligro la fuente de “riqueza” del territorio, especialmente en Lleida y Huesca. Recordaron que la crisis de la fruta dulce se arrastra desde hace más de cinco años con decisiones como el veto ruso o con los acuerdos bilaterales de libre comercio. Esta crisis del sector ha agudizado la despoblación de pueblos y la falta de relevo generacional. Por ello, exigen que se tomen medidas de gestión para “paliar” esta crisis y detener la sangría de ceses de actividades agrícolas.

En Oviedo, varios cientos de ganaderos y agricultores se concentraron para pedir unos precios dignos que garanticen la supervivencia del medio rural, alegando que el precio de sus productos está en los mismos niveles que hace 20 o 30 años mientras que los costes de producción se han disparado. Los sindicatos COAG, Asaja y UCA, convocantes de la manifestación, alertaron de la importancia de defender el medio rural asturiano, necesari-



Los tractores recorrieron el centro de Valencia y acompañaron a los agricultores en algunos tramos. / ÓSCAR ORZANCO



En Córdoba también se reivindicaron las necesidades del sector agrario y del mundo rural. / ASAJA



En Lleida se recordó que se está poniendo en riesgo la fuente de riqueza del territorio. / ASAJA

rio para frenar la despoblación, producir alimentos saludables y cuidar el territorio. El domingo, 16 de febrero las protestas se repitieron esta vez en Castilla y León. Más de 57.000 personas, según fuentes policiales, que la organización elevó a 80.000, se manifestaron por las calles de las prin-

cipales ciudades de León con el objetivo de exigir oportunidades para una provincia que los sindicatos UGT y CC.OO. consideran “muerta” y “en caída libre” tras el cierre de la minería y el retroceso del sector industrial. La manifestación la encabezaba una pancarta con el lema “Es el mo-

mento de León. Soluciones ya”, soluciones a la difícil situación económica y de despoblación que sufre la provincia, agravada por el fin de la minería.

■ **REUNIÓN CON LA MINISTRA** Mientras, en Madrid, la ministra de Trabajo, Yolanda Díaz, se

## Próximas movilizaciones

La oleada de manifestaciones convocadas por las organizaciones agrarias Asaja, COAG y UPA inician su cuarta semana de protestas (del 17 al 23 de febrero), esta vez, con movilizaciones en Extremadura, Andalucía, Galicia y Murcia.

El martes 18, se produjeron cortes de carretera y protestas en Extremadura y en El Ejido (Almería). El miércoles 19, manifestaciones en A Coruña y Granada, en esta última ciudad con tractoradas, y para el viernes 21 se ha convocado una gran manifestación en Murcia que partirá a las 11 de la mañana desde el Palacio de San Esteban (sede del Gobierno regional) en dirección a la Delegación del Gobierno.

Con el lema “Agricultores al límite”, el objetivo de las protestas es reivindicar soluciones a los problemas de rentabilidad de los productores, sobre todo por los bajos precios que perciben. Denuncian el encarecimiento de los costes y piden apoyo para afrontar problemas comerciales, mejorar la imagen de la agricultura y garantizar el futuro de la actividad. ■

reunía con los sindicatos, con presencia del vicepresidente del Gobierno, Pablo Iglesias, para abordar la situación laboral del sector; un encuentro muy criticado por Asaja, COAG y UPA, al que, aseguraron estas tres organizaciones haber sido “convocadas y desconvocadas”.

Tras la reunión, el Ministerio de Trabajo anunció que rebajará de 35 a 20 el número de peonadas necesarias para acceder al subsidio agrario, según informaron a Efeagro fuentes ministeriales, una medida que beneficia a los jornaleros y que han celebrado CCOO y UGT.

Pero Asaja, COAG y UPA, que representan a empresarios agrícolas, han expresado, en una carta a la ministra de Trabajo su “malestar” tras ser desconvocados a la reunión celebrada el pasado viernes con los sindicatos.

Además, han mostrado su sorpresa porque, según aseguran, fueron convocadas y “desconvocadas posteriormente” a última hora de la noche del jueves, cuando sus representantes de las organizaciones territoriales ya se habían desplazado a Madrid.

Las tres organizaciones han reclamado una reunión con el Ministerio de Trabajo para abordar en “profundidad” las relaciones laborales en el ámbito agrario.

# El Gobierno anuncia la inmediata modificación de la ley de la cadena alimentaria

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, plantea modificar parcialmente y de forma inmediata la ley de la cadena alimentaria. Prefiere no esperar a tener que adaptarla a la normativa comunitaria porque tendrán que modificarse más de 30 artículos, y la situación de los agricultores es crítica.

El titular de la cartera de Agricultura detalló el pasado jueves las intenciones del ejecutivo español tras mantener un encuentro con el sector hortofrutícola para abordar la crisis del sector agrario. Una reunión celebrada en el marco de encuentros que mantiene con los distintos eslabones de la cadena agroalimentaria para estudiar posibles soluciones a los problemas que padecen los productores españoles.

La inmediata modificación de la ley de la cadena de 2013 se realizará con el propósito de lograr un reparto más justo del valor de los productos agrarios a lo largo de los eslabones que la integran. Se trata de lograr un mayor equilibrio por medio de una relación más precisa de prácticas comerciales prohibidas, una regulación del valor de los productos agrarios y la obligatoriedad de la inclusión del coste de producción para establecer los precios en los contratos.

El ministro justificó la urgencia de la reforma anunciada por la situación de crisis en el campo: "Soy muy consciente de que muchas de las peticiones deben tener una respuesta inmediata", afirmó.

El sector de las frutas y hortalizas aporta casi la mitad de la producción vegetal en España y casi un tercio de todo el valor de la producción agraria (incluyendo la ganadería), con un valor en origen de 15.700 millones de euros. Más de 50% de la producción se destina a la exportación y estas constituyen el 30% de las exportaciones agroalimentarias españolas. Además, España es el principal productor de la Unión Europea y el quinto a nivel mundial.

Según recalcó el ministro, "detrás de estas cifras hay muchas mujeres y hombres que se ganan dignamente la vida y que hacen un trabajo que debe ser subrayado y defendido".

Tras la reunión, los representantes de las organizaciones agrarias confirmaron que continuarán con las movilizaciones porque demandan soluciones inmediatas y no ven los compromisos suficientes. Indicaron que la producción de frutas y hortalizas apenas recibe ayudas de la UE por lo que el problema de la escasa rentabilidad es más acuciante en su caso. Aunque manifestaron su deseo de mejorar en competitividad e integración, pidieron también el apoyo de las administraciones para su-



Un momento de la reunión con las cooperativas agroalimentarias. / MINISTERIO DE AGRICULTURA

## La modificación busca lograr un reparto más justo del valor de los productos agrarios

perar esta crisis que en algunos productos viene de años atrás.

### ■ INTEGRACIÓN COOPERATIVA

El Gobierno también ha anunciado que plantea modificar leyes como la de integración de cooperativas agroalimentarias o la de organizaciones interprofesionales para que puedan aumentar su competitividad y su capacidad de negociación.

Durante una reunión con el Consejo Rector de Cooperativas Agro-Alimentarias de España, el ministro de Agricultura explicó que con estas medidas esperan ayudar a solucionar "la situación de crisis que padece el sector".

En el caso de la ley de integración de cooperativas, el Departamento ha recordado que España cuenta con once entidades asociativas prioritarias (EAP) reconocidas en el ámbito supraautonómico, que engloban cerca del 10% de la facturación del sector cooperativo agroalimentario nacional. En este sentido, el Ministerio destina 203 millones de euros de inversión pública dentro del Programa Nacional de Desarrollo Rural con el objetivo de fomentar este tipo de organizaciones.

Luis Planas ha manifestado que ha pedido a las cooperativas un "esfuerzo" para una mayor integración, que les permita avanzar en su profesionalización, modernización y tener "mayores márgenes de competitividad. Esta integración es fundamental porque es garantía de futuro".

Otra medida, según han avanzado desde el Ministerio, será el cambio de la Ley de organizaciones interprofesionales para que estas puedan acometer más acciones y mejorar sus instrumentos de funciona-

miento. Por otra parte, el ministro Luis Planas ha apuntado los avances en la elaboración del real decreto que regulará el reconocimiento de las organizaciones de productores y sus asociaciones en los sectores que hasta ahora no lo tenían.

### ■ JÓVENES AGRICULTORES

Luis Planas ha avanzado también que el Gobierno flexibilizará —de uno a un máximo de cuatro años— la tributación de las ayudas para jóvenes agricultores procedentes de la UE, una "ventaja fiscal" que considera "importante. El ministro ha resaltado que esta es otra de las medidas con las que el ejecutivo español busca impulsar al sector agrario para que pueda afrontar la crisis que padece.

Todo el conjunto de medidas destinadas a solucionar la crisis que viven los agricultores se han ido detallando en el marco del conjunto de reuniones que el ministro lleva manteniendo en los últimos días con los diferentes eslabones de la cadena de producción alimentaria, y en el contexto de las movilizaciones del sector para denunciar la falta de rentabilidad por, entre otras cuestiones, altos costes de producción y bajos precios de venta.



El ministro también se ha reunido con representantes del sector hortofrutícola. / MINISTERIO DE AGRICULTURA

# Lililup®

Melones sin complejos



No me han encogido,  
soy naturalmente pequeño

Disponibilidad todo el año. 12 meses de Sabor

Lililup.eu *by Jimbee*



El pimiento ha superado a la que era la hortaliza más exportada por España, el tomate. / ARCHIVO

# La UE acapara el 94% de las exportaciones españolas de frutas y hortalizas

El mercado comunitario absorbe más del 60% de la producción española de frutas y hortalizas, mientras Marruecos va ganando posiciones en Europa

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La exportación española de frutas y hortalizas en 2019 se situará en 13,5 millones de toneladas y en 13.400 millones de euros, con crecimientos del 8% y 5% respectivamente, según las estimaciones realizadas por Fepex, basadas en datos oficiales hasta el mes de noviembre y una previsión de diciembre. La UE será el destino del 94% de la exportación española, que absorbe más del 60% de la producción nacional.

Con datos hasta noviembre de 2019 del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, la exportación hortofrutícola española ascendió a 12 millones de toneladas y 12.131 millones de euros, lo que supone crecimientos del 9% y 5% respectivamente. Las ventas de hortalizas se elevaron a 4,9 millones de toneladas, un 6% más por un valor de 5.059 millones de euros (+10%). En este apartado destacaron el buen comportamiento del pimiento, con 765.000 toneladas (+11%) y 973,6 millones de euros (+15%) y las coles, con un crecimiento del 21% en volumen y valor, totalizando 424.637 toneladas. Mientras que las ventas de lechuga descendieron en volumen, un 5%, situándose en 638.550 toneladas, pero aumentaron un 5% en valor hasta registrar una facturación de 63 millones de euros. En este periodo, el pimiento ha superado a la que era la hortaliza más exportada por España, el tomate, con unos envíos al exterior de 671.285 toneladas (+5%) por un valor de 802 millones de euros (+0,3%). Sin embargo, baja significativamente el valor de algunos productos.

La exportación de fruta fresca hasta noviembre de 2019 se situó en 7 millones de toneladas,

un 12% más, por un valor de 7.071 millones de euros (+3%), con notables crecimientos del volumen de los principales productos: cítricos, fruta de hueso, y en especial melocotón con 398.276 toneladas (+5%), nectarina con 427.815 toneladas (+20%) y ciruela con 93.062 toneladas (+30%); sandía con 906.755 toneladas (+6%) y melón con 453.147 toneladas (+13%).

Según Fepex, los datos globales de exportación reflejan una evolución al alza, especialmente en volumen, pero muestran también situaciones muy dispares y, en algunos casos, comportamientos negativos de producciones destacadas, como la fruta de hueso. En hortalizas, preocupa la evolución de la producción y exportación de tomate, que, es la hortaliza más consumida en Eu-

ropa y siendo históricamente el primer producto en importancia de la horticultura de invernadero en España, está perdiendo esta posición, como consecuencia de la fuerte competencia de Marruecos, cuyas exportaciones crecen en volúmenes muy superiores a los previstos en el Acuerdo de Asociación. Este Acuerdo incluye un contingente preferencial de 285.000 toneladas y medidas

## Crece la exportación a Alemania

La exportación de frutas y hortalizas a Alemania se ha situado en 3,1 millones de toneladas y 3.184 millones de euros, lo que supone un incremento del 8% en volumen y del 3% en valor, con datos oficiales de Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales hasta noviembre de 2019 comprados con el mismo periodo de 2018, previéndose que el año 2019 concluya con unas ventas de 3,6 millones de toneladas y de 3.554 millones de euros, reforzándose la posición de Alemania como primer destino del sector español.

La exportación española de frutas y hortalizas a Alemania se caracteriza por amplios volúmenes y diversidad de la oferta, representando el 26% del total exportado por España. Según las estadísticas hasta noviembre y una estimación del mes de diciembre, en 2019, la exportación se situará en 3,6 millones de toneladas, de las que 1,4 millones son hortalizas y 2,2 millones de toneladas frutas. El valor ascenderá a 1.485 millones de euros en hortalizas y 2.068 millones de euros en frutas.

Las hortalizas más exportadas son pi-



miento con 277.378 toneladas y 382 millones de euros; pepino con 276.974 toneladas y 230 millones de euros; tomate con 182.035 toneladas y 245 millones de euros; lechuga con 174.709 toneladas y 171 millones de euros y cebolla con 107.000 toneladas y 52 millones de euros. En frutas los cítricos son los más exportados, seguidos de sandía, con 371.334 toneladas y 160 millones de euros; nectarina, con 155.955 toneladas y 128 millones de euros; melocotón con 114.842 toneladas y 114 millones de euros y fresa son 98.6378 toneladas y 190 millones de euros.

sentando el 26% del total de las exportaciones españolas y con especial trascendencia para la sostenibilidad económica y social de la producción española. Y desde el punto de vista de Alemania, España es su primer proveedor, seguido de Países Bajos, contribuyendo al mantenimiento de una dieta saludable en este país, por la calidad y diversidad de oferta. Esta calidad y diversidad de oferta es lo que mostraron un amplio número de operadores españoles en Berlín durante la feria Fruit Logística. ■

La exportación española de frutas y hortalizas en 2019 se ha cifrado en 13,5 millones de toneladas y en 13.400 millones de euros

Los datos globales de exportación reflejan una evolución al alza, especialmente en volumen durante 2019

para evitar perturbaciones en los mercados comunitarios, que no se están aplicando.

## MARRUECOS

En 2019 las exportaciones de Marruecos a la UE han superado de nuevo un máximo histórico de 484.822 toneladas, impulsada por unos costes de producción muy inferiores, especialmente en mano de obra, estimada en 1 euro/hora. En la UE, la competencia de Países Bajos crece, con invernaderos de alta tecnología que les permiten estar presente en los mercados comunitarios a lo largo de todo el año y con unos rendimientos y unos costes unitarios muy competitivos.

Para Fepex, además, la crisis del sector del tomate afecta no solo a este cultivo, sino al conjunto del sector de hortalizas de invernadero, porque está desviando superficie hacia otros productos y mercados, que empiezan a enfrentarse a perturbaciones similares.

Para Fepex, la exportación española de frutas y hortalizas, que absorbe más del 60% de la producción nacional, depende del mercado comunitario, un mercado globalizado, donde la preferencia comunitaria prácticamente ha desaparecido, con tensiones proteccionistas en algunos EEMM que establecen medidas de preferencia de los productos nacionales.

Las ventas a Alemania han mantenido una evolución positiva y constante, pasando en los últimos cinco años, de 2,9 millones de toneladas en 2014 a 3,3 millones de toneladas en 2018, y el valor ha pasado de 2.586 millones de euros a 3.431 millones de euros en 2018.

Para Fepex la relación comercial entre España y Alemania en el ámbito del sector de frutas y hortalizas es importante y positiva para ambas partes. Desde el punto de vista del sector español, Alemania es un mercado prioritario, repre-

# Precio récord de la lechuga tras el desajuste de la oferta por la climatología

La climatología durante el mes de enero ha reducido la oferta provocando una subida del precio en origen

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La climatología del pasado mes enero, con la sucesión de días de intensas lluvias y de altas temperaturas —de hasta 15 grados por la noche—, ha provocado un desajuste de la oferta de lechuga en las zonas productoras y una subida de su precio en origen.

El presidente de la sectorial de lechuga de la organización hortofrutícola de Murcia Proexport, Javier Soto, ha explicado de esta forma la causa de que la cotización de referencia nacional de esta hortaliza la semana pasada —0,37 euros la unidad— fuera la más alta desde, al menos, enero de 2018.

Los precios medios nacionales en origen que difunde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) indican que la lechuga variedad romana se pagó en origen en la sexta semana de 2020 un 46% por encima que hace un año y un 83% más que en el mismo periodo de 2018. Desde el inicio de este ejercicio, el precio ha crecido un 38%, desde los 26,89 hasta los 37,21 céntimos la unidad.

“Hay menos producción y la que hay está teniendo muchos problemas tras pasar tres episodios de DANA (depresión aislada en niveles altos) y temperaturas primaverales antes de lo previsto en las zonas hortícolas de Campo de Cartagena,

La lechuga romana se pagó en la sexta semana un 46% por encima que el año 2019

Los seguros actuales de lechuga no cubren las necesidades del sector productor

Águilas, sur de Alicante y norte de Almería”, ha sentenciado Javier Soto.

El presidente de la sectorial de lechuga de Proexport ha lamentado que las líneas de seguro que hay para este cultivo en la actualidad “no cubren las necesidades” del sector productor, ya que no recogen “determinados efectos meteorológicos que producen más daños y consecuencias en la frescura y la durabilidad de la lechuga que los físicos de una granizada o una nevada”.

Esta pérdida de propiedades ha ocurrido en las últimas semanas con las “potentes lluvias y las temperaturas calurosas posteriores”, lo que se ha traducido en “desajustes en el mercado” y que muchos agricultores hayan procedido a destruir la lechuga en campo.



Desde Proexport confirman que la climatología ha mermado la producción de lechuga y los precios en origen han subido. / ARCHIVO



El Rey Felipe VI estuvo en la pasada edición. /FIMA

## FIMA contará con más de 1.650 expositores en su 41 edición

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Feria Internacional de Maquinaria Agrícola (FIMA) va a batir el récord de firmas participantes en su 41ª edición que se celebrará del 25 al 29 de febrero en el recinto ferial de Zaragoza.

El número de empresas participantes superará las 1.650 frente a las 1.575 de la pasada edición celebrada en 2018 al tener carácter bienal. De ellas, unas 200 firmas son nuevas, es decir, nunca antes habían participado en este certamen o lo habían hecho de forma puntual.

El incremento de la participación ha obligado a los organizadores a habilitar nuevos espacios expositivos, porque se espera que la superficie ocupada alcance los 163.000 metros cuadrados frente a los 161.500 de la pasada edición.

El éxito de FIMA se debe también a los visitantes que en 2018 fueron 240.000, una cifra que los organizadores esperan superar este año.

Durante las jornadas que dura la FIMA se mostrará la más moderna tecnología y las técnicas y productos de vanguardia tanto para hacer frente a los retos del sector como para responder a las nuevas normativas. Este año han sido 120 las novedades técnicas presentadas, un 8% más que en la edición anterior. De ellas, han sido premiados 41 productos de 30 empresas.

Se trata de una tecnología que fomenta una agricultura sostenible, precisa, robotizada, eficaz y poco agresiva que resulta sencilla y mejora la calidad de vida y el trabajo del agricultor.

Entre las muchas actividades programadas, además de un centenar de misiones comerciales de más de 50 países, figuran jornadas técnicas, encuentros, conferencias o presentaciones.

Además, FIMA 2020 llega con dos novedades. Por un lado, en su segunda jornada saldrá de su recinto habitual para trasladar-

se hasta el Palacio de Congresos de la capital aragonesa. Allí se celebrará la gala de entrega de los premios a las novedades técnicas y, asimismo, está prevista la “presencia virtual y a través de un vídeo” del nuevo comisario europeo de Agricultura, Janusz Wojciechowski.

Por otra parte, el certamen será también un marco para la difusión de los objetivos de desarrollo sostenible incluidos en la Agenda 2030 a la que se ha adherido FIMA y Feria de Zaragoza.

El presidente de Feria de Zaragoza, Manuel Teruel, destacó “el papel internacional de FIMA y su posición en el escalafón ferial en un sector como es el de la agroalimentación, básico para el presente y el futuro de la sociedad y su bienestar”. Lo dijo durante la firma de un convenio de colaboración con Ibercaja por el que ambas instituciones se comprometen a impulsar la celebración de este salón.

# Agrocultivos

## El Consell de l'Horta pone en marcha el Plan de Desarrollo Agrario de la Huerta de Valencia

Esta iniciativa de la Conselleria de Agricultura y el propio ayuntamiento despega con 2,4 millones para proteger, preservar y ensalzar 11.000 hectáreas de huerta

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Consell de l'Horta ha dado un paso más en sus objetivos para proteger, preservar y ensalzar los 11.000 hectáreas de huerta que conforman un cinturón y pulmón verde en la comarca de l'Horta. La consellera de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica de la Generalitat Valenciana, Mireia Mollà, presidió el pasado martes (11 de febrero) las dos sesiones plenarias, celebradas en la recién rehabilitada Alquería del Moro.

En la primera se completó la configuración del órgano ejecutivo, mientras que en la segunda se aprobó el Plan de Desarrollo Agrario de la Huerta para poner en marcha las actuaciones y medidas previstas para dinamizar este enclave único, patrimonio natural y seña de identidad de valencianas y valencianos.

El órgano ejecutivo integra a todos los agentes implicados en el ámbito de l'horta de València. Al grupo institucional fundador formado por Conselleria, Diputación de Valencia y Ayuntamiento de Valencia se han sumado representantes de la Conselleria con competencias en medio ambiente, agricultura, patrimonio cultural, economía y ordenación del territorio, así como representantes de los Ayuntamientos que forman parte del cordón de la huerta valenciana (Albuixech,



Un total de 11.000 hectáreas de huerta conforman un cinturón y pulmón verde en la comarca de l'Horta. / ARCHIVO

**El órgano ejecutivo integra a todos los agentes implicados en el ámbito de la huerta**

Quart de Poblet y Rocafort), de las asociaciones agrarias (AVA, COAG, La Unió y UPA) y de las entidades ecologistas y de la sociedad civil, representadas por Acció Ecologista Agró y la plataforma Per l'Horta.

**La gestión de los bancos de tierras, los robos y la promoción serán, los tres primeros ejes de acción**

De la batería de propuestas que incluye el Plan de Desarrollo Agrario, tres son las que el Consell de l'Horta ha definido como prioritarias para comenzar a trabajar. Estas se fundamentan en el diseño y gestión de los bancos

**La marca 'Huerta de València' articulará la promoción de los productos valencianos**

de tierras, la seguridad del campo y de los agricultores frente a los robos y la promoción de los productos de proximidad de la huerta de Valencia.

"Hemos destacado tres ejes de trabajo que, aunque no serán los

únicos, impactan en tres de los desafíos del campo valenciano: el relevo generacional y el freno al abandono de tierras, las plenas garantías del agricultor ante un problema que acarrea cada año pérdidas por encima de los 20 millones de euros y la apuesta por una alimentación sostenible, de proximidad, de temporada y con un alto valor añadido como son los productos de nuestra Huerta", explicó Mireia Mollà.

No es la primera vez que la consellera se pronuncia en este sentido. Durante la presentación del Informe de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana incidió en que "son los productos que tenemos más cerca los que deben acabar en nuestra mesa y no los que vienen de terceros países que rompen con el Pacto Verde Europeo en materia de sostenibilidad y de lucha contra el cambio climático".

La creación de la marca 'Huerta de València' será la encargada de articular la promoción de los productos hortofrutícolas valencianos, que comenzará con un proyecto piloto para evaluar las mejoras en la trazabilidad, la percepción y el consumo.

Esta iniciativa colaborará estrechamente con el sector de la gastronomía y la restauración para que estos productos lleguen a los bares y restaurantes valencianos.

El siguiente paso del Consell de l'Horta pasa por crear el órgano consultivo que estará participado, además, por representantes del Tribunal de las Aguas, de la Real Acequia de Moncada, de la Confederación Hidrográfica del Júcar, así como de entidades de gestión y participación de la Huerta.

La consellera de Agricultura subrayó el papel que tendrá este órgano consultivo en la "gobernanza conjunta para aportar, sumar, ampliar, integrar y contar con la voz de todos los implicados, afectados y participantes, de algún modo, en el ámbito de la huerta".

■ RECTA FINAL DE LA CAMPAÑA

## Aragón espera buena cosecha de trufa

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La campaña de la trufa enfila la recta final con las previsiones de una buena cosecha en Aragón. Esta comunidad cuenta con unas 10.000 hectáreas dedicadas a plantaciones para el cultivo de la trufa y se espera alcanzar las 60 toneladas, casi el 50% de la producción mundial. Son casi 800 los truficultores asociados, nueve viveros de planta micorriza, 16 empresas de transformación de trufa y seis de riego.

Teruel se encuentra a la cabeza, especialmente la comarca de Gúdar-Javalambre con la localidad de Sarrión, donde se celebra una feria internacional, a la cabeza.

El pasado diciembre se anunciaba la creación en su término municipal de una zona regable de 618 hectáreas, con el impulso del Gobierno de Aragón y la comunidad de regantes.

Son muchas las actividades que estos días se desarrollan en torno al cultivo de la trufa, su difusión y consumo. A la feria de Sarrión y el mercado de Graus, en la provincia de Zaragoza se han sumado las ferias de la trufa del Moncayo y de la Comarca de Daroca.

Asimismo, el certamen "Descubre la trufa" cuenta con 56 restaurantes y bares de Zaragoza y provincia y el impulso del Gobierno de Aragón a través del



La Diputación de Huesca ha anunciado ayudas de 160.000 euros. / JAVIER ORTEGA

plan estratégico "Alimentos de Aragón. Comparte el secreto".

Graus (Huesca), donde hasta el 14 de marzo tiene lugar cada fin de semana un mercado de la trufa fresca, celebra unas jornadas-curso sobre "Retos en la Truficultura". Se abordan temas

como las nuevas tendencias en el cultivo, el control de plagas, métodos de conservación y aprovechamiento y gastronomía y salud.

La Diputación de Huesca ha anunciado ayudas de 160.000 euros para la mejora de las explo-

taciones y también en el cultivo de la trufa.

El 14 de marzo el mercado de la trufa de Graus cerrará sus puertas. Por eso, David Royo, presidente de la Asociación de Recolectores y Cultivadores de Trufa de Aragón, invitaba a los consumidores a visitarlo antes del cierre como fin de campaña, porque se van a encontrar trufa con un buen punto de madurez y aroma aunque a partir de ahora la trufa va a comenzar a escasear y los calibres van a ser menores.

En cuanto al precio, la asociación va a seguir haciendo un esfuerzo por mantener el kilo de trufa al detalle a 600 euros para que el consumidor pueda comprar a precios razonables y directamente del productor.

Según Royo, en esta edición ha aumentado la asistencia y la venta de trufa y destacaba, especialmente, la presencia de público francés no sólo por el precio sino porque esta temporada escasea en el país vecino.



Imagen de una huerta en la localidad alicantina de Dolores, una de las más afectadas por la gota fría. / ASAJA ALICANTE

## La Generalitat Valenciana solicita rebajas fiscales para los campos dañados

La Conselleria de Agricultura pide al Gobierno rebajas fiscales de entre el 30% y el 100% para los cultivos que se vieron afectados por la climatología en 2019

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica de la Generalitat Valenciana ha remitido al Ministerio de Agricultura una carta, acompañada de un pormenorizado informe, en la que se solicita al Gobierno central que aplique una reducción tributaria de entre el 30% y el 100% a los cultivos que sufrieron daños durante el pasado año a raíz de las incidencias climáticas que se registraron a lo largo de 2019.

En el referido escrito se menciona que el último ejercicio agrario se caracterizó por ser el décimo año más cálido en la Comunitat Valenciana desde 1941, así como por un régimen hídrico especialmente irregular. A estas circunstancias hay que sumar, en medio de esa falta generalizada de precipitaciones, cuatro episodios de lluvias torrenciales, entre los que destaca por sus devastadores efectos la DANA (Depresión de Altos Niveles Atmosféricos) acontecida el pasado mes de septiembre y que se cebó con gran virulencia en la franja interior del sur de Valencia y en el norte de Alicante (Vega Baja).

La combinación de los referidos factores, agravados aún más por heladas puntuales, granizos y viento, se tradujeron tanto en pérdidas de cosecha muy sensibles como en el incremento de los costes que soportan las explotaciones debido a la necesidad de atender, según los casos, un mayor consumo de agua, de productos fitosanitarios, de piensos o de desplazamientos de animales.

En este contexto, la Conselleria de Agricultura ha solicitado formalmente al Ministerio, para que su vez traslade la propuesta al Departamento de Hacienda del Ejecutivo central,

### La petición de la Generalitat recoge rebajas fiscales para los cultivos afectados

una reducción de los índices de rendimiento neto —módulos— en el régimen de estimación objetiva del IRPF que se aplica a las actividades agrarias.

La petición que ha trasladado la Generalitat se concreta en una rebaja de los módulos del 30% en todos los municipios de la Comunitat Valenciana para los cultivos de cítricos, kaki y olivar, mientras que la disminución que se reclama para los frutales de hueso es del 38%.

Asimismo, se demanda una mejora fiscal del 30% para las hortalizas de invierno en todas las localidades de la Vega Baja y la zona inundada del Baix Vinalopó (término municipal de Crevillent), del 30% para el cultivo del granado en la totalidad de las localidades de la Vega Baja y Crevillent y, por último, una rebaja del 30% para la ganadería extensiva y la apicultura de todos los municipios de la provincia de Castelló.

Pero es que, además, para algunos pueblos y cultivos concretos donde se registraron daños especialmente graves por los efectos de la DANA, y también para ciertas zonas que están sufriendo de manera virulenta las consecuencias de la plaga de la Xylella fastidiosa, la Conselleria exige una reducción de los módulos tributarios del 100%.

La consellera de Agricultura, Mireia Mollà, ha destacado el trabajo minucioso y detallado del servicio de estudios de la Conselleria sobre las pérdidas que han sufrido los agricultores valencianos a raíz del compor-

tamiento del clima durante el pasado año. Mollà se ha mostrado confiada en la colaboración de Hacienda, necesaria para reducir los problemas derivados de esta coyuntura.

Además, señala las reuniones mantenidas de forma periódica con las organizaciones agrarias para poder determinar con la mayor exactitud posible el alcance de los desperfectos y de las áreas afectadas a fin de evitar las omisiones que se han producido otros años.

## Francia sospecha de la llegada al país del virus del tomate

► VF. REDACCIÓN.

Las autoridades francesas tienen una “fuerte sospecha” de que el virus de la fruta rugosa marrón que afecta al tomate está presente en una explotación de invernaderos en Bretaña (noroeste), lo que de confirmarse sería el primer caso que se registra en Francia.

El Ministerio de Agricultura explicó este domingo en un comunicado que sus servicios técnicos realizaron una inspección el pasado día 11 en unas plantaciones de tomates del departamento de Finistère, tras unos análisis de búsqueda del virus que se habían llevado a cabo al observar lesiones compatibles con esa enfermedad.

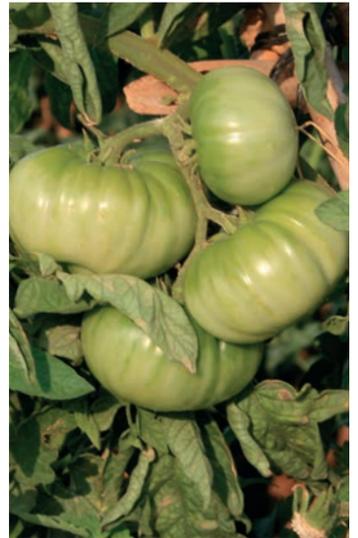
El laboratorio nacional de referencia tenía previsto presentar los resultados oficiales el lunes 17 de febrero, pero mientras se han tomado una serie de medidas de protección, en particular un dispositivo de aislamiento de la explotación.

Entre esas medidas está la prohibición de acceder a los dos invernaderos donde se han descubierto los casos sospechosos, la consignación de la totalidad de las plantas, semillas, frutos y material de trabajo; la desinfección; o la gestión de los residuos.

El departamento de Agricultura subrayó que hay una investigación en marcha para tratar de identificar el posible origen de la contaminación, así como las posibles relaciones que pudo haber con otras explotaciones.

Una vez que se confirme oficialmente la presencia del virus, la totalidad de las plantas de los invernaderos serán destruidas.

Esta enfermedad, que no se puede transmitir a las personas, tiene un gran impacto económi-



El virus puede estar ya en Francia. / VF

co, ya que puede infectar hasta al 100% de los tomates, pero también a plantas de pimientos, en especial en parcelas de huerta con una fuerte densidad.

Se observó por primera vez en Israel en 2014 y después se han constatado contaminaciones en 2018 en México, Estados Unidos, Alemania e Italia, y en 2019 en Países Bajos, Reino Unido y Grecia.

El Ministerio lanzó un mensaje de vigilancia a los profesionales de la horticultura y a los particulares con huerto porque la propagación del virus en Francia podría tener graves consecuencias para el sector.

El tomate es su principal producción, con 712.000 toneladas en 2018, a los que hay que sumar alrededor de 400.000 toneladas en huertos particulares. Cada familia consume de media en Francia más de 13,9 kilos al año.

# Lililup®

Melones sin complejos



**El tamaño importa, me hace llevadero**

**Disponibilidad todo el año. 12 meses de Sabor**

Lililup.eu *by Jimbee*

# Agrocotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 13 de febrero de 2020, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricocque.....	2,50
Aguacate.....	3,20
Almendra.....	3,80
Pomelo.....	0,90
Avellana.....	3,40
Caqui.....	1,25
Carambolas.....	5,00
Castañas.....	6,00
Cerezas.....	8,00
Cocos.....	0,95
Membrillo.....	1,00
Dátiles.....	3,20
Feijoa.....	4,00
Higos.....	2,90
Chumbos.....	1,60
Frambuesas.....	6,00
Grosellas.....	11,00
Kiwis.....	1,60
Lichis.....	3,00
Lima.....	2,00
Limón.....	0,80
Fresa.....	8,00
Fresón.....	2,40
Granada.....	1,90
Mandarina Clementina.....	0,90
Satsuma.....	0,90
Otras.....	0,95
Mangos.....	3,30
Maracuyá.....	4,40
Melón Galia.....	1,20
Amarillo.....	0,90
Piel de Sapo.....	1,15
Otros.....	0,60
Moras.....	7,50
Nashi.....	0,80
Nectarina Blanca.....	2,00
Amarilla.....	2,00
Níspero.....	3,50
Nueces.....	3,50
Olivas.....	3,80
Papayas.....	2,70
Pera Blanquilla.....	0,85
Verano.....	1,25
Invierno.....	1,05
Temprana.....	2,50
Piña.....	1,90
Pitahaya.....	6,00
Plátanos Canarias.....	1,00
Importación.....	1,05
Manzana Bicolor.....	0,70
Amarilla.....	0,65
Verde.....	0,70
Roja.....	0,75
Otras.....	1,40
Melocotón Amarillo.....	1,80
Rojo Pulpa Blanca.....	1,40
Rojo Pulpa Amarilla.....	1,35
Ciruela.....	2,10
Uva Blanca.....	2,20
Negra.....	2,40
Rambután.....	5,00
Sandía con semilla.....	0,85
Sin semilla.....	1,00
Naranja.....	0,80
Chirimoya.....	1,80
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	0,75
Ajo Seco.....	2,20
Tierno.....	0,80
Apio.....	0,60
Acelgas.....	0,75
Batata.....	0,60
Borraja.....	0,90
Brócoli.....	0,50
Brecol.....	0,75
Calçots.....	0,10
Calabaza.....	0,55
Calabacín.....	0,60
Cardo.....	0,60
Alcachofa.....	1,80
Cebolla Seca.....	0,30
Figueras.....	0,72
Tierna.....	0,75
Pepino.....	1,00

Col Repollo.....	0,60
Bruselas.....	0,95
Lombarda.....	0,50
China.....	1,10
Coliflor.....	0,55
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,45
Larga.....	0,55
Otras.....	0,65
Endibia.....	0,90
Escarola.....	0,70
Espárragos Blancos.....	4,50
Verdes.....	1,35
Espinaca.....	0,60
Haba.....	1,15
Hinojo.....	0,90
Perejil.....	0,40
Judía Bobi.....	2,80
Perona.....	2,75
Fina.....	2,80
Otras.....	1,60
Nabo.....	0,90
Zanahoria.....	0,48
Patata Blanca.....	0,47
Roja.....	0,50
Pimiento Lamuyo.....	0,95
Verde.....	1,20
Rojo.....	1,10
Guisante.....	2,50
Puerro.....	0,55
Rábano.....	0,50
Remolacha.....	0,70
Tomate Maduro.....	0,70
Verde.....	0,75
Chirivía.....	1,00
Otras Hortalizas.....	0,70
Seta Girgola.....	2,80
Rovellón-Niscaló.....	18,00
Champiñón.....	1,65
Otras Setas.....	10,00
Maíz.....	1,10
Caña de Azúcar.....	1,00

### Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 11 al 14 de febrero de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	2,20
Limonos.....	0,90
Mandarina Clementina.....	1,45
Manzana Golden.....	0,80
Naranja Navel Late.....	0,65
Pera Blanquilla.....	1,20
Passacrassana.....	1,20
Piñas.....	1,90
Plátanos.....	1,03
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas.....	1,70-1,50
Cebollas.....	0,30
Coliflor.....	0,50
Judías Verdes.....	4,00
Lechugas.....	0,62-0,60
Patatas Calidad.....	0,34
Pimientos Verdes.....	1,50
Tomate Maduro.....	0,90
Verde.....	1,30
Zanahorias.....	0,40

### Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 3 al 9 de febrero de 2020. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	3,48
Caqui / Persimon.....	1,50
Cereza / Picota.....	15,50
Ciruela.....	2,23
Chirimoya.....	3,32
Coco.....	2,40
Dátil.....	6,74
Fresa / Fresón.....	2,76
Granada.....	2,33
Kiwi / Zespri.....	2,98
Lima.....	2,13
Limón.....	0,81
Mandarina Clementina / Fortuna /	
Nadorcott.....	1,15
Hernandina.....	1,22

Clemerville.....	1,14
Ortanique.....	1,00
Mango.....	2,27
Manzanas O.V. / Pink Lady.....	1,98
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,01
Starking / R. Chief / Gloster /	
Galaxia.....	1,14
Verde Doncella.....	2,01
Reineta / Canadá Gris.....	1,76
Granny Smith.....	1,43
Royal Gala / Cardinale.....	1,20
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,19
Melón / Galia / Coca.....	1,02
Mora.....	16,00
Naranja O.V. / Malta / Minolta /	
Barberina.....	0,95
Salustiana.....	0,49
Navel.....	0,62
Navelina.....	0,63
Navel Late / Nanelate / Lanelate.....	0,62
Nuez.....	5,43
Papaya.....	2,93
Pera Blanquilla o Agua.....	1,21
Ercolini / Etrusca.....	1,73
Conferencia / Decana.....	1,20
Piña.....	1,57
Plátano.....	1,07
Banana.....	0,77
Pomelo / Rubi Star.....	1,00
Uva.....	2,54
Otros Frutos Secos.....	13,20

HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	0,81
Ajo Seco.....	2,38
Tierno o Ajete.....	7,70
Alcachofa.....	1,38
Apio.....	1,07
Batata / Boniato.....	0,83
Berenjena.....	1,00
Brócoli / Brecol.....	1,51
Calabacín.....	0,88
Calabaza / Marrueco.....	0,77
Cardo.....	1,10
Cebolla / Chalota.....	0,48
Cebolleta.....	1,03
Champiñón.....	1,85
Col Repollo.....	0,43
China.....	1,08
Lombarda.....	0,68
Coliflor / Romanescu.....	0,80
Endivia.....	1,90
Escarola.....	1,42
Espárrago Verde.....	4,51
Espinaca.....	1,45
Guisante.....	2,53
Haba Verde.....	2,03
Judía Verde Fina (Brasileña).....	3,56
Verde Bobby / Kora / Striki.....	2,04
V. Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,98
Lechuga O.V.....	0,60
Cogollo.....	1,71
Iceberg.....	0,82
Maíz.....	1,93
Nabo.....	0,88
Pepinos.....	1,23
Perejil.....	1,23
Pimiento Verde.....	0,95
Rojo (Asar).....	1,05
Puerro.....	1,03
Rábano / Rabanilla.....	1,38
Remolacha.....	1,45
Seta.....	3,33
Tagarnina / Cardillo.....	2,15
Tomate O.V.....	0,90
Cherry.....	2,19
Daniela.....	0,93
Zanahoria.....	0,65
Hierbabuena.....	1,64
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana.....	0,60
Añeja.....	0,38
De Siembra.....	0,61

### Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 10 al 14 de febrero de 2020, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte.....	2,03
Hass.....	2,63
Otras Variedades.....	2,95

Almendra.....	1,50
Cacahuete.....	1,65
Castaña.....	2,45
Cereza Picota.....	13,61
Ciruela Golden Japan y	
Songold, Amarilla.....	3,90
Otras, Familia Black, Roja.....	3,25
Coco Otras Variedades.....	0,95
Dátil Deglet Nour.....	14,45
Fresa.....	4,15
Fresón Otras Variedades.....	7,95
Granada Grano Elche o Mollar Elche.....	2,37
Guayaba/o Otras Variedades.....	2,20
Higo Chumbo.....	1,15
Seco.....	2,45
Verdal.....	2,95
Kivi Kivigold.....	6,70
Pulpa Verde.....	3,75
Limón Fino o Primafiori.....	0,95
Otras Variedades.....	0,95
Verna.....	0,95
Mandarina Clemen-Late.....	1,25
Clemenule.....	1,25
Clemenvilla o Nova.....	1,25
Ortanique.....	1,23
Manga Kent.....	4,38
Mango Tommy Atkins.....	1,45
Manzanas Fuji.....	1,20
Golden.....	1,54
Granny Smith.....	1,51
Otras Variedades.....	1,45
Reineta.....	1,38
Royal Gala.....	1,19
Starking o Similares.....	1,05
Melocotón Baby Gold, Amarillo.....	3,70
Merryl y Elegant Lady, Rojo.....	3,70
Melón Amarillo.....	1,51
Galia.....	1,75
Piel de Sapo y Similares.....	2,18
Naranja Lane Late.....	1,15
Navel.....	1,15
Navel Late.....	1,15
Navelina.....	1,15
Otras Variedades.....	1,15
Valencia Late.....	1,15
Nectarina Carne Blanca.....	3,70
Nuez.....	5,45
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,15
Papayón (2-3 kg/ud).....	1,29
Pera Conferencia.....	1,35
Ercolini / Morettini.....	1,55
Otras Variedades.....	1,15
Piña Golden Sweet.....	4,43
Plátanos Canarias Primera.....	0,95
Canarias Segunda.....	0,74
Canarias Extra.....	1,15
Pomelo Amarillo.....	0,85
Rojo.....	1,35
Sandía con Semilla.....	1,57
Sin Semilla.....	1,70
Uva Aledo Blanca.....	2,65
Blanca, Otras Variedades.....	3,38
Negra, Otras Variedades.....	2,85
Red Globe, Roja.....	2,90
Resto de Frutas.....	0,95
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelgas Hojas Rizadas, Lyon.....	1,45
Ajo Blanco.....	2,35
Morado.....	2,52
Tierno o Ajete.....	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95
Apio Verde.....	1,95
Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada.....	1,13
Berros.....	1,25
Boniato o Batata.....	1,43
Brócoli, Brecol o Brócoli.....	1,66
Calabacín Blanco.....	0,57
Verde.....	0,35
Calabaza de Invierno.....	0,95
De Verano.....	0,95
Cebolla Grano Oro o Valenciana.....	1,14
Morada.....	1,25
Recas y Similares.....	0,35
Cebolletas o Cebolla Tierna.....	0,95
Col China o Pekinensis.....	0,95
De Bruselas.....	3,95
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,75
Repollo Hojas Rizadas.....	1,15
Coliflor.....	1,63
Endivia.....	0,75
Escarolas Rizada o Frisée.....	1,17

Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Espinacas.....	0,18
Guindilla Roja.....	2,50
Verde.....	3,50
Guisante.....	5,66
Hinojo.....	2,45
Judía Verde Bobby.....	1,32
Verde Elda.....	3,95
Verde Otras Variedades.....	1,98
Laurel.....	9,50
Lechuga Otras Variedades.....	0,25
Romana.....	0,45
Maíz o Mollo.....	0,78
Pepino Corto o tipo Español.....	0,45
Largo o tipo Holandés.....	0,76
Perejil.....	0,80
Pimiento Amarillo, tipo California.....	1,30
Otras Variedades.....	0,98
Rojo Lamuyo.....	1,12
Verde Italiano.....	2,15
Verde Padrón.....	3,25
Puerro.....	1,09
Rábano y Rabanilla.....	0,95
Remolacha Común o Roja.....	0,75
Seta Champiñón.....	1,95
Girgola o Chopo.....	2,20
Tomate Cherry.....	1,75
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta.....	0,87
Liso Rojo Canario.....	1,15
Otras Variedades.....	0,35
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	1,95
Jengibre.....	2,65
Ñame o Yame.....	2,15
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,55
Hortalizas IV Gama.....	5,50
V Gama.....	7,50
Resto Hortalizas.....	0,80
PATATAS (Granel)	Euros/kg
Blanca, Otras Variedades.....	0,92
Blanca Spunta.....	1,21
Otras Variedades.....	1,05
Roja, Otras Variedades.....	0,95

### Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 10 al 16 de febrero de 2020, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	0,90
Aguacate Hass.....	2,25
Otras Variedades.....	1,82
Caqui Otras Variedades.....	1,39
Castaña.....	3,90
Ciruela Golden y Songold, Amarilla.....	3,08
Otras Familia Back, Roja.....	2,65
Dátil Deglet Nour.....	3,50
Fresón Camarosa.....	3,40
Otras Variedades.....	4,01
Ventana.....	2,97
Granada Grano o Mollar de Elche.....	0,68
Kivi Kivigold.....	4,20
Otras Variedades.....	1,64
Pulpa Verde.....	1,35
Lima Mejicana (ácida).....	2,25
Otras Variedades.....	0,61
Limón Fino o Primafiori.....	0,33
Verna.....	0,68
Mandarina Clemenule.....	1,01
Clemenvilla o Nova.....	1,00
Oronules.....	1,10
Ortanique.....	0,83
Otras Variedades.....	0,65
Manzanas Fuji.....	2,02
Golden.....	1,43
Granny Smith.....	1,90
Otras Variedades.....	2,10
Pink Lady.....	1,99
Royal Gala.....	1,58
Melón Piel de Sapo y Similares.....	1,28
Naranja Lane Late.....	0,55
Navel.....	0,38
Navelina.....	0,30
Otras Variedades.....	0,49
Salustiana.....	0,22
Nuez.....	3,76
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	2,80
Pera Agua o Blanquilla.....	1,76
Conferencia.....	1,96
Ercolini / Morettini.....	1,42
Otras Variedades.....	0,60

## MERCADOS NACIONALES

Piña Golden Sweet.....	2,12
Plátano Americano o Banana.....	0,79
De Canarias 1ª.....	1,00
De Canarias 2ª.....	0,79
De Canarias Extra.....	1,35
Pomelo Amarillo.....	0,60
Otras Variedades.....	0,50
Rojo.....	0,57
Uva Blanca, Otras Variedades.....	3,58
Red Globe, Roja.....	2,46
Sin semilla Negra.....	3,52
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelga de Hojas Lisas, Verde.....	0,54
Hojas Rizadas, Lyon.....	0,60
Otras Variedades.....	0,63
Ajo Blanco.....	3,15
Morado.....	3,07
Tierno o Ajete.....	2,00
Alcachofa Blanca de Tudela.....	0,64
Otras Variedades.....	0,85
Apio Otras Variedades.....	0,83
Verde.....	0,69
Berenjena Morada.....	2,37
Otras Variedades.....	0,49
Boniato o Batata.....	0,85
Brócoli o Brócoli o Brocol.....	0,62
Torre o Romanescu.....	0,60
Calabacín Blanco.....	0,99
Otras Variedades.....	0,52
Verde.....	0,89
Calabaza de Invierno.....	0,70
De Verano.....	0,40
Otras Variedades.....	0,79
Cebolla Grano de Oro o Valenciana.....	0,30
Morada.....	0,50
Otras Variedades.....	0,63
Cebolleta Tierna.....	2,40
Chirivía.....	1,15
Col Hojas Lisas.....	1,58
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,40
Otras Variedades.....	0,82
Repollo Hojas Rizadas.....	2,00
Coliflor.....	0,48
Endivia.....	2,20
Escarola Otras Variedades.....	0,90
Rizada o Frisée.....	0,90
Espárrago Otras Variedades.....	1,87
Verde o Triguero.....	3,40
Espinaca.....	1,20
Guisante.....	4,18
Haba Verde o Habichuela.....	0,92
Hinojo.....	0,68
Judía Verde Fina.....	4,97
Verde Perona.....	5,16
Lechuga Hoja de Roble.....	1,12
Iceberg.....	0,54
Lollo Rosso.....	1,16
Otras Variedades.....	0,37
Romana.....	0,23
Nabo.....	1,00
Pepino Corto o Tipo Español.....	1,19
Otras Variedades.....	1,19
Perejil.....	0,60
Pimiento Otras Variedades.....	1,24
Rojo Lamuyo.....	0,99
Verde Cristal, Italiano.....	0,98
Verde Italiano.....	1,31
Verde Padrón.....	3,61
Puerro.....	1,20
Seta cardo.....	3,38
Champiñón.....	2,04
Hongo Otras Variedades.....	3,96
Tomate Asurcado Verde Raf.....	0,78
Cherry.....	2,40
Liso Rojo Daniela / Long Life /	
Royesta.....	0,62
Liso Rojo Pera.....	0,39
Liso Rojo Rama.....	1,06
Liso Verde Mazarrón.....	0,49
Liso Verde Rambo.....	1,36
Muchamiel.....	0,57
Otras Variedades.....	0,70
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	0,58
Otras Variedades.....	0,59
<b>PATATAS Euros/kg</b>	
Blanca Liseta (Granel).....	1,20
Blanca Otras Variedades (Confec.).....	0,71
Blanca Otras Variedades (Granel).....	0,60
Blanca Spunta (Granel).....	0,65
Roja Otras Variedades (Confec.).....	0,65
Roja Otras Variedades (Granel).....	0,50

## Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 11 al 14 de febrero de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	2,50
Limonas.....	0,90
Mandarinas Clementinas.....	1,00
Manzanas Golden.....	0,97
Roja.....	1,27
Naranjas Navel Late.....	0,79
Pera Blanquilla.....	1,70

Passacrassana.....	1,74
Piñas.....	1,89
Plátanos.....	1,03
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas.....	1,91
Cebollas.....	0,39
Coliflor.....	1,63
Judías Verdes.....	3,70
Lechugas.....	0,44
Patatas Calidad.....	0,44
Pimientos Verdes.....	1,48
Tomates Verdes.....	1,30
Zanahorias.....	0,65

## Mercamurcia

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 10 de febrero de 2020. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A. Precio frecuente.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte.....	2,20
Hass.....	1,65
Otras Variedades.....	2,10
Cereza Otras Variedades.....	10,00
Chirimoya Fina de Jete.....	2,50
Ciruela Golden Japan y Songold.....	1,25
Otras Familias Black, Rojas.....	1,25
Otras Variedades.....	0,80
Coco en Seco (caja 10-14 p).....	0,80
Dátil Deglet Nour.....	3,25
Medjool.....	8,00
Otras Variedades.....	3,00
Fresón Otras Variedades.....	2,25
Guayaba/o Cas.....	1,90
Higo Chumbo.....	8,00
Seco.....	1,90
Caqui / Kaki Rojo Brillante	
o Persimon.....	1,25
Kivi Pulpa Verde.....	2,40
Otras Variedades.....	1,20
Lima Mejicana (ácida).....	1,80
Limón Fino o Primafiori.....	0,40
Mandarina Hernandina.....	0,90
Clemencia o Nova.....	0,90
Otras Variedades.....	1,10
Mango Haden.....	2,00
Tommy Atkins.....	2,10
Manzanas Golden.....	0,75
Starking o similares.....	0,75
Granny Smith.....	1,20
Royal Gala.....	0,95
Fuji.....	1,20
Pink Lady.....	1,60
Melón Piel de Sapo (y similares).....	1,60
Membrillo Común.....	0,70
Naranja Navelina.....	0,35
Navel Late.....	0,45
Nuez.....	3,50
Papaya Otras Variedades.....	2,80
Pera Ercolini / Morettini.....	1,25
Agua o Blanquilla.....	1,15
Limonera.....	0,80
Conferencia.....	0,95
Piña Golden Sweet.....	1,70
Otras Variedades.....	1,15
Plátanos Canarias Extra.....	1,00
Canarias Primera.....	0,90
Canarias Segunda.....	0,80
Americano o Banana.....	0,70
Macho.....	0,90
Pomelo Rojo.....	0,55
Uva sin semillas, Negra.....	2,40
Sin semillas, Blanca.....	3,25
Tamarindo.....	4,50
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelga Hojas Lisas, Verde.....	0,55
Ajo Blanco.....	1,90
Tierno o Ajete.....	2,40
Morado.....	2,65
Otras Variedades.....	1,75
Alcachofa Blanca Tudela.....	1,40
Apio Verde.....	0,50
Amarillento.....	0,55
Berenjena Morada.....	1,80
Otras Variedades.....	1,40
Boniato o Batata.....	0,70
Brócoli/Brocol.....	1,00
Calabacín Verde.....	0,90
Calabaza de Verano.....	0,70
De Invierno.....	1,80
Otras Variedades.....	0,60
Cebolla Grano de Oro / Valenciana.....	0,30
Babosa.....	0,25
Morada.....	0,45
Blanca Dulce de Ebro.....	0,80
Tierna o Cebolleta.....	0,65
Chirivía.....	0,90
Col Repollo Hojas Rizadas.....	0,55
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,45
De Hojas Lisas.....	1,40
Coliflor.....	1,00
Endivia.....	2,00
Escarola Rizada o Frisée.....	1,40
Lisa.....	1,50
Espárrago Verde o Triguero.....	2,80

Espinaca.....	0,90
Guisante.....	2,40
Haba Verde o Habichuela.....	1,30
Judía Verde Fina.....	4,75
Verde Bobby.....	2,40
Verde Perona.....	2,80
Laurel.....	0,70
Lechuga Romana.....	0,45
Iceberg.....	0,55
Cogollo.....	1,00
Hoja de Roble.....	1,40
Lollo Rosso.....	1,40
Otras Variedades.....	0,30
Nabo.....	1,10
Nabo Similares.....	1,00
Pepino Corto o Español.....	1,15
Perejil.....	0,95
Pimiento Verde Italiano.....	1,10
Rojo Lamuyo.....	1,00
Verde Padrón.....	2,40
Puerro.....	0,80
Rábano y Rabanilla.....	1,40
Remolacha Común o Roja.....	0,70
Seta Champiñón.....	1,70
Girgola o Chopo.....	3,25
Tomate Liso / Daniela/Long Life /	
Royesta.....	0,65
Rojo Rama.....	0,70
Rojo Pera.....	0,75
Cherry.....	1,40
Liso Verde Rambo.....	0,85
Liso Rojo Canario.....	0,60
Verde Mazarrón.....	0,75
Asurcado Verde Raf.....	2,50
Kumato.....	1,10
Muchamiel.....	1,40
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota en Rama.....	0,70
Carlota Nantesa.....	0,45
Jengibre.....	1,80
Name o Yame.....	0,95
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,30
Hortalizas IV Gama.....	3,90
<b>PATATAS Euros/kg</b>	
Nuevas.....	2,20-3,04
Blanca Spunta (Granel).....	0,45
Roja Otras Variedades (Granel).....	0,45
Roja Otras Variedades (Confec.).....	0,60
Granel: Saco industrial Ubeda o malla Rachel (s/diente) de 15, 20 ó 25 kg. Envase retornable. Confeccionada: Lavada y embolsada en distintos formatos.	

## Mercasevilla

Información de precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 11 al 14 de febrero de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	2,16-3,40
Limonas.....	0,62-0,59
Mandarinas Clementinas.....	1,00-0,80

## Ailimpo. Coyuntura mercado de limón y pomelo

Resumen informativo de la coyuntura de mercado del limón y pomelo en España facilitada por Ailimpo-Consejería de Agricultura de Murcia, durante el periodo comprendido del 10 al 16 de febrero 2020. Precios origen. Semana 07/2020.

**Advertencia Consejería Agricultura Murcia:** La información contenida en este documento tiene un carácter exclusivamente ORIENTATIVO, de ningún modo posee carácter oficial. Está obtenida como consecuencia del seguimiento que realiza esta Unidad con el único objeto de orientar acerca de las cotizaciones más representativas de cada producto agrícola y ganadero. Por ello, las transacciones realizadas en los periodos de referencia, pueden haber sido realizadas a unas cotizaciones que no se correspondan con las reflejadas en este documento. Por tanto la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca no se hace responsable de cualquier uso que se le pretenda dar, mas allá del indicado como orientativo.

## LIMÓN

**Limón Fino todo Limón: 0,37-0,47 €/Kg. Valor medio: 0,42 €/Kg.**

Sin cambios en la campaña de **limón Fino**. Firme en origen, mientras que la presión del mercado de fresco en destino no permite rentabilidad para el comercio, que además se ve perjudicado por el aumento de porcentaje de venta de segundas y los mayores envíos a industria, que trabaja a mayor ritmo a medida que avanzan las semanas y se incrementa el porcentaje de destrío, ajustando cotizaciones.

**Importante: Clorpirifos y Metil-Clorpirifos.** La UE ha aprobado la NO renovación de estas dos sustancias y la próxima modificación del LMR a Límite de detección, por lo que **ALLIMPO RECOMIENDA ELIMINAR SU USO CON CARACTER INMEDIATO** con el fin de evitar problemas comerciales tanto para fruta para el mercado en fresco como fruta para industria.

## POMELO

Sin cambios a destacar, con un mercado de oferta moderada a nivel global y demanda correcta. Predomina la venta de **pomelo de Israel y Turquía**. También se desarrolla con normalidad la campaña de **pomelo de Florida**.

Manzanas Golden.....	1,23-1,26
Rojas.....	1,27-1,34
Naranjas Navel Late.....	0,52-0,50
Pera Blanquilla.....	1,27
Passacrassana.....	0,70
Piñas.....	1,81-1,74
Plátanos.....	0,97-0,99
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas.....	1,40-1,05
Cebollas.....	0,30
Coliflor.....	0,69-0,63
Judías Verdes.....	2,20-3,04
Lechugas.....	0,56-0,52
Patatas Calidad.....	0,55
Pimientos Verdes.....	1,24-1,29
Tomates Maduros.....	0,81-0,87
Verdes.....	1,05-1,10
Zanahorias.....	0,50-0,57

## Mercavalencia

Información de precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 11 al 14 de febrero de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	2,50
Limonas.....	0,90
Mandarinas Clementinas.....	0,70-1,00
Manzanas Golden.....	0,55

Rojas.....	0,55
Naranjas Navel Late.....	0,70
Pera Blanquilla.....	1,15
Piñas.....	1,80
Plátanos.....	1,10-1,00
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas.....	0,80-0,70
Cebollas.....	0,25
Coliflor.....	0,45
Judías Verdes.....	5,00-4,50
Lechugas.....	0,30
Patatas Calidad.....	0,38
Pimientos Verdes.....	0,95-1,00
Tomates Maduros.....	0,40
Verdes.....	0,80
Zanahorias.....	0,45

## Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 10 al 16 de febrero del 2020, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife, Mercatenerife.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates Fuertes (local).....	1,80
Hass (local).....	1,60
Cerezas (no local).....	12,00
Ciruelas Amarillas (no local).....	3,50
Cocos (no local).....	1,10
Chirimoyas (no local).....	3,75

**Lililup**<sup>®</sup>  
Melones sin complejos

Lo que tengo de pequeño,  
lo tengo de exquisito

Disponibilidad todo el año. 12 meses de Sabor

Lililup.eu by Jimbee

## MERCADOS NACIONALES

## Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 06, del 4 al 10 de febrero de 2020, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>		
Clementina Hermandina	0,39	Castellón
Mandarina Nadorcott	0,70-0,90	Alicante
Nadorcott	0,77	Castellón
Nadorcott	0,63-0,81	Lonja Valencia
Orri	1,00	Castellón
Orri	0,90-1,08	Lonja Valencia
Ortanique	0,24-0,28	Alicante
Ortanique	0,22-0,26	Castellón
Ortanique	0,21-0,25	Valencia
Ortanique	0,21-0,28	Lonja Valencia
Tango	0,60-0,78	Alicante
Tango	0,77-0,82	Castellón
Tango	0,63-0,81	Lonja Valencia
Naranjas Navel Lane Late	0,25-0,35	Alicante
Navel Lane Late	0,25-0,32	Castellón
Navel Lane Late	0,21-0,30	Valencia
Navel Lane Late	0,21-0,30	Lonja Valencia
Navel Powel	0,30-0,40	Alicante
Navel Powel	0,33	Castellón
Navel Powel	0,23-0,38	Valencia
Navel Powel	0,30-0,36	Lonja Valencia
Sanguinelli	0,47-0,52	Castellón
Sanguinelli	0,25-0,34	Lonja Valencia
Blanca Salustiana	0,19	Castellón
Valencia Late	0,21-0,34	Valencia

Valencia Late	0,21-0,30	Lonja Valencia
Limón Fino	0,40-0,45	Alicante
<b>HORTALIZAS</b>		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,30-0,65	Alicante
	0,64	Castellón
	1,28-2,24	Valencia
Ajo Tierno (garba)	0,92-1,46	Alicante
Alcachofa Consumo fresco	0,25-1,10	Alicante
Consumo fresco	0,45-1,06	Castellón
Consumo fresco	0,26-0,75	Valencia
Industria Corazones	0,30-0,90	Alicante
Industria Perolas	0,19-0,22	Alicante
Industria Troceado	0,15-0,33	Alicante
Apio Verde	0,25-0,36	Alicante
Verde	0,35-0,45	Castellón
Berenjena Rayada	1,16-1,38	Alicante
Boniato Blanco	0,97-1,00	Alicante
Rojo	0,53-0,55	Alicante
Calabacín	0,52-0,73	Alicante
Calabaza Redonda	0,64	Castellón
Redonda	0,53-0,62	Valencia
Tipo Cacahuete	0,29-0,43	Alicante
Tipo Cacahuete	0,25-0,27	Castellón
Tipo Cacahuete	0,40-0,44	Valencia
Cebolla Tierna (manejo 3 uds.)	0,55-0,64	Alicante
Tierna (manejo 3 uds.)	0,57-0,66	Valencia

Col China	0,50-0,55	Castellón
Lombarda	0,25-0,30	Castellón
Brócoli	0,13-0,30	Alicante
Brócoli	0,30-0,40	Castellón
Brócoli Industria	0,10-0,12	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,17-0,28	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,25	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,29-0,39	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,20-0,29	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,20-0,27	Castellón
Coliflor Blanca	0,13-0,28	Valencia
Blanca	0,23-0,33	Castellón
Blanca	0,22-0,39	Valencia
Escarola		
Hoja Ancha Lisa	0,26	Alicante
Hoja Ancha Lisa	0,30-0,32	Castellón
Hoja Rizada	0,20-0,29	Alicante
Hoja Rizada	0,30-0,42	Castellón
Hoja Rizada	0,29-0,42	Valencia
Industria	0,33-0,36	Castellón
Espinaca	0,85	Alicante
	1,68-2,51	Valencia
Haba Muchamiel	0,86-1,51	Alicante
Muchamiel	1,53-1,70	Castellón
Lechuga Iceberg	0,33-0,45	Alicante
Little Gem	0,28-0,56	Alicante
Maravilla	0,35-0,43	Castellón

Romana	0,25-0,38	Alicante
Romana	0,25-0,36	Castellón
Romana	0,24-0,31	Valencia
Trocadero	0,40-0,70	Castellón
Mini Romana	0,52	Alicante
Patata Blanca	0,43-0,71	Alicante
Tomate Acostillado	0,82-1,20	Alicante
Daniela	0,65	Alicante
<b>FRUTOS SECOS</b>		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	5,21-5,31	Alicante
Comuna	5,20-5,25	Castellón
Largueta	5,46-5,56	Alicante
Marcona	6,46-6,56	Alicante
Marcona	6,35-6,50	Castellón
Planeta	5,21-5,31	Alicante
<b>CEREALES</b>		
<i>(Almacén. Cotización)</i>		
Arroz Cáscara Redondo	0,33	Valencia
<b>INDUSTRIALES</b>		
<i>(Entrada almacén. Cotización más frecuente)</i>		
Aceite Oliva Lampante >2°	1,55-1,70	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	2,00-2,10	Castellón
Oliva Virgen Extra	2,30-2,35	Castellón
Garrofa Entera	0,59-0,61	Castellón

Fresones (no local)	4,25
(local)	4,40
Granadas (no local)	2,20
Guanábana (local)	7,00
Limón Otros (local)	0,80
Primofiori (no local)	1,00
Mandarinas Otras (no local)	1,60
Otras (local)	1,40
Clementinas (no local)	1,30
Clemenulle (no local)	1,40
Manzanas Golden (no local)	1,00
Reineta (no local)	2,00
Granny Smith (no local)	1,70
Red Chief (no local)	1,60
Royal Gala (no local)	1,30
Fuji (no local)	2,00
Fuji (local)	1,80
Melocotones Amarillos (no local)	2,60
Melones Piel de Sapo (no local)	1,60
Piel de Sapo (local)	1,00
Naranjas Salustianas (no local)	0,65
Navel (no local)	0,70
Navelina (no local)	0,60
Zumo Pequeña (local)	0,70
Salustiana (no local)	0,60
Extra Grande (local)	0,80
Nectarinas (no local)	3,50
Paraguayos (no local)	5,25
Peras Ercoline (no local)	1,20
Devoe (no local)	1,10
Conference (no local)	1,25
Lima (no local)	1,50
(local)	1,20
Piña Tropical (local)	3,50
Plátanos Extra (local)	1,10
Primera (local)	0,80
Segunda (local)	0,60
Pomelos (no local)	1,00
(local)	1,20
Sandías (no local)	1,70
(local)	1,50
Uva Blanca (no local)	3,70
Red Globe (no local)	2,80
Papaya Hawaiana (local)	1,20
Cubana (local)	1,20
Híbrida (local)	1,20
Guayabos (local)	1,70
Mangos (local)	3,00
Mangas (local)	4,00
Kiwi (no local)	1,60
(local)	1,50
Kiwano (local)	1,70
Frambuesas (no local)	18,00
Higos Picos (local)	3,00
Parchita (local)	2,80
Moras (no local)	16,00
Carambola (local)	3,00
<b>HORTALIZAS</b>	
<b>Euros/kg</b>	
Acelgas (local)	0,60
Ajos País (local)	6,00
Ajos (no local)	2,70
Albahaca (local)	7,50
Alcachofas (no local)	2,00
Apio (no local)	1,20
(local)	2,50
Berenjenas Moradas (local)	1,30
Bubangos (local)	1,40
Calabacines (local)	0,60
Redondos (local)	0,70
Zucchini (no local)	1,10
Zucchini (local)	1,00

Calabazas (no local)	0,75
(local)	0,90
Cebollas Cebolletas (no local)	1,60
Cebolletas (local)	2,00
Blancas (no local)	0,50
Blancas (local)	1,60
Moradas (no local)	0,90
Moradas (local)	1,50
Coles Repollo (no local)	0,80
Repollo (local)	0,90
Lombardas (local)	1,20
Coliflor (local)	2,00
Champiñón (no local)	2,00
Escarolas (local)	0,60
Espárragos Blancos (no local)	9,00
Trigueros (local)	5,50
Espinacas (local)	3,00
Habichuelas Redondas (no local)	1,80
Redondas (local)	1,60
Coco Planas (local)	1,60
Lechugas Batavia (local)	1,60
Romanas Alargadas (local)	2,10
Iceberg (local)	2,00
Cogollos de Tudela (local)	2,10
Hoja de Roble (local)	1,95
Lollo Rosso (local)	1,80
Nabos (local)	1,60
Colinabos (local)	1,70
Pepinos (no local)	1,20
(local)	1,30
Perejil (local)	2,60
Pimientos Verdes (local)	1,20
Rojos (no local)	1,30
Rojos (local)	1,60
Padrón (no local)	2,70
Padrón (local)	3,50
Amarillos (no local)	1,60
Amarillos (local)	1,50
Puerros (no local)	1,00
(local)	1,10
Rabanillas (local)	1,00
Rábanos (local)	1,12
Rúcula (local)	4,80
Setas (no local)	5,00
Tomates Pera (no local)	1,60
Pera (local)	1,30
Salsa (no local)	0,50
Salsa (local)	0,70
Ensalada (no local)	1,50
Ensalada (local)	0,90
Cherry (no local)	3,00
Cherry (local)	2,60
Tamarillo (local)	1,80
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (no local)	0,55
Segunda (local)	1,10
Primera (local)	2,00
Batatas Otras (no local)	1,30
Otras (local)	1,10
De Lanzarote (no local)	1,30
Yema de Huevo (local)	1,80
Blancas (local)	0,90
Laurel (local)	7,00
Pimientas Otras (local)	3,80
Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	6,00
Berros (local)	1,80
Arvejas (local)	4,00
Beterrada (local)	1,20
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	2,80

Maíz Dulce (no local)	2,20
Dulce (local)	1,10
Ñames (local)	5,50
Yuca (no local)	2,00
Pantanas (local)	0,80
Piña de Millo (local)	3,00
Brecol (local)	1,70
Hierba Huerto (local)	4,50
<b>PATATAS</b>	
<b>Euros/kg</b>	
Papas Otras Blancas (local)	0,90
Up to Date (local)	1,60
King Edward (no local)	0,65
King Edward (local)	1,30
Cara (local)	0,80
Rosada (local)	1,60
Bonita (local)	4,00
Negra (local)	5,00
Spunta (local)	1,10
Negra Oro (local)	5,50
Slaney (local)	1,20
Red-Cara / Druid (local)	0,80
Colorada Baga (local)	3,50
Azucena (local)	3,50
Galáctica (local)	1,10
Rooster (local)	1,40

## Merco Fraga

Información de cotizaciones más orientativas de frutas de la Lonja de Merco Fraga del 14 de febrero de 2020, en central.

## Campaña 2019-2020.

FRUTAS	Euros/kg
PERAS	
Blanquilla 58+	0,65-0,75
Conference 60+	0,60-0,70
Alejandrina 60+	0,30-0,40
MANZANAS	
Galas 70+	0,50-0,60
Rojas Americanas 70+	0,35-0,40
Golden Delicious 70+	0,35-0,45
Fuji 70+	0,50-0,60

Precios sin envase, granel y sin manipular

## Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 14 de febrero de 2020, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.)	1,20
Ciruela	0,95
Coco	0,85
Granada	0,75
Kiwi	1,55
Limón	0,85
Manzana Royal Gala	0,75
Golden	0,80
Melón Galia	0,90
Membrillo	0,75
Naranja	0,80
Pera	0,65
Conference	0,95
Piña	0,90
Plátano de Canarias	0,75
Banana	0,95
Papaya	0,90
Pomelo	0,85
Uva Blanca	1,45
Roseti	1,50
<b>VERDURAS Y HORTALIZAS</b>	
<b>Euros/kg</b>	
Boniato Rojo	0,85
Boniato	0,80

Calabacín	0,75
Cebolla Blanca	0,72
Dulce	0,69
Cogollos	0,75
Guindilla	1,25
Jengibre	2,25
Judía	1,00
Lechuga Romana	0,45
Patata	0,47
Nueva	0,58
Pimiento Verde Italiano	0,85
Padrón	2,55
Remolacha	0,47
Tomate Daniela	0,75
Pera	0,90
MM Raf.	0,75
<b>OTROS</b>	
<b>Euros/kg</b>	
Almendra	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California	1,40

## Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 13 de febrero de 2020. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa rama campo 1°	166,00
Rama campo 2°	133,00
AVENA	
Avena Blanca	182,00
Rubia	182,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada Piense -62 kg/hl	166,00
Piense +62 kg/hl	171,00
CENTENO	
Centeno	177,00
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	181,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo Duro Proté=13%	237,00
Duro Proté=12%	232,00
Extensible Chamorro	222,00
Forrajero	196,00
Gran Fuerza w 300	214,00
Media Fuerza w -300	201,00
Panificable	198,00
Triticales	184,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	221,00
Yero Grano	211,00

## Lonja de Barcelona

Precios de cereales, frutos secos y legumbres, en la Lonja de Barcelona del 11 de febrero 2020. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	185,00
CEBADA	
Nacional P.E.	

## MERCADOS NACIONALES

Resto de parámetros comerciales de trigos establecidos según R.D. 190/2013. Los precios tendrán corrección por grados.

OTROS PRODUCTOS	Euros/Tm
Cebada.....	179,00
Avena.....	202,00
Maíz.....	174,00

Próxima sesión, 20 de febrero de 2020.

Información de los precios de la Mesa de Cítricos de la Lonja de Contratación de Productos Agrarios de Córdoba, del día 11 de febrero de 2020.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
Salustiana, calidad 1ª.....	0,18-0,20
Salustiana, calidad 2ª.....	0,16-0,17
Lane Late, calidad 1ª.....	0,25-0,29
Navel Powell y Barfield, 1ª.....	S/C
Mandarina Híbrida Tango.....	0,80-0,95
Naranja Industria Grupo Navel....	0,13-0,14
Naranja Industria Grupo Blanca..	0,13-0,14

NOTA: Los precios son orientativos, en árbol, origen Córdoba. Sin IVA incluido para la naranja de industria. Los precios son sobre camión.

Mercado con escasa actividad. Salustiana casi sin operaciones. Bajada de cotizaciones en fresco para Salustiana y Lane Late y no se cotizan Navel Powell y Barfield por ausencia y desconocimiento de operaciones. Se mantienen las cotizaciones en industria. La parte superior de las horquillas se corresponde este año con diferentes calibres en función de la variedad. La próxima sesión se celebrará el 18 de febrero de 2020.

## Lonja de León

Información de precios orientativos agrarios del día 12 de febrero de 2020, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso.....	193,00
Cebada.....	173,00
Centeno.....	165,00
Avena.....	185,00
Maíz.....	186,00
ALUBIAS	Euros/Kg
Canela.....	1,25
Negra.....	2,20
Palmeña Redonda.....	1,60
Planchada.....	1,20
Plancheta.....	1,45
Pinta.....	0,80
Riñón de león.....	0,90
Redonda.....	1,00
PATATAS	Euros/Tm
Agria.....	210,00
Kennebec.....	220,00
Red Pontiac.....	190,00
Red Scarlett.....	170,00
Hermes.....	170,00
Yona.....	170,00
FORRAJES	Euros/Tm
Alfalfa paquete en rama.....	192,00
Paquete deshidratado.....	226,00
Paja 1ª (Cebada).....	56,00
Veza forraje de 1ª.....	156,00
Forraje.....	126,00

## Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del día 6 de febrero de 2020. Cotización para pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidario, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Murcia.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona.....	6,56
Largueta.....	5,61
Comuna.....	5,38
Ferragnes.....	5,56
Garrigues.....	5,53
Guara.....	5,46
Ramillete.....	5,60
Comuna Ecológica.....	8,84

## Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 10 de febrero de 2020, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS GRANO	
Comuna Ecológica.....	8,35
Pelona.....	3,80
Común.....	4,90
Largueta.....	5,20
Mallorca.....	4,80
Marcona.....	6,25
Mollar.....	4,80
Mollar cáscara.....	1,15
Rofes cáscara.....	1,10
AVELLANAS	
San Giovanni, libra.....	1,55
Tonda, libra.....	1,70

## Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos en el periodo del 3 a 9 de febrero de 2020.

## CEREALES

■ **De invierno:** **Almería:** Inicio del abonado de cobertera. El desarrollo es bueno debido a las lluvias caídas y las buenas temperaturas. **Cádiz:** En la zona de **La Campiña** se observan parcelas más retrasadas en el término de **Vejer de la Frontera**. En los **cereales** tienen 6 hojitas verdaderas. Se le está aplicando abonado de cobertera. No se han realizado tratamientos herbicidas aún, debido a que el estado fenológico se encuentra muy tardío. **Córdoba:** Conforme el terreno lo ha ido permitiendo, en **la Campiña** se han intensificado las labores de abonado nitrogenado de cobertera y de aplicación de herbicidas. **Granada:** En **Iznalloz y Loja**, cabe destacar el gran descenso de superficie sembrada de **trigo blando** en detrimento de la **cebada**. Se está aportando abonado nitrogenado en cobertera. En **Baza**, en la **cebada** se observa un desarrollo óptimo del cultivo para la época del año en la que nos encontramos, ya que las altas temperaturas en las principales horas de luz del día están siendo muy elevadas. La superficie de **cebada de dos carreras** es muy superior a la de **seis carreras**, ya que se encuentra en auge y es el **cereal de invierno** más sembrado en la provincia. En la zona de **Alhama**, los cultivos de **avenas** se están desarrollando positivamente debido a las buenas condiciones climatológicas de estas últimas semanas. La superficie cultivada de **avena** desciende un 1% con respecto a la campaña anterior. **Huelva:** Tras las últimas lluvias, los **cereales** evolucionan favorablemente. Se aplican herbicidas de hoja ancha. **Jaén:** El **trigo** evoluciona favorablemente gracias a las lluvias de días pasados pero la situación no es demasiado favorable. En la comarca de **La Loma** se está aplicando urea. Una de las variedades más empleadas en la zona es la **Amilcar**, que se sembró con dosis de unos 250 kg/ha y abonado de fondo 15-15-15 a razón de 100 kg/ha. La **cebada** más empleada en la zona es la **Traveler y Planet** con una siembra de 200 kg/ha, abonados de fondo con dosis de 100 kg/ha y urea de 200 kg/ha. **Málaga:** En la comarca **Norte**, el estado fenológico de los **cereales** está más adelantado que años anteriores por estas fechas, pero al no hacer frío no ha enraizado adecuadamente y se observan tonos amarillentos en las parcelas. **Sevilla:** Favorable semana de temperaturas suaves para los cultivos de secano tras las lluvias caídas que ha contribuido a acelerar en buena medida su desarrollo aéreo. Existe cierta disparidad en el desarrollo de las parcelas de **cereales de invierno** según la fecha de siembra y también dependiendo de si fueron abonadas, o no, antes de las lluvias. El estado fenológico dominante es el de ahijado (BBCH 25) en la mayoría de las parcelas, aunque la falta de frío no está contribuyendo al desarrollo radicular. ■ **De primavera:** En la zona **arrocera** continúa el desaguado y progresiva seca de las tablas que se van cubriendo de flora arvense.

## LEGUMINOSAS

**Huelva:** Se ha iniciado la siembra del **garbanzo** en algunas zonas de la comarca **Condado-Campiña**; municipio de **Escacena** y está trascurriendo con normalidad. Los **guisantes** se encuentran en la fase de emergencia de plántula. **Málaga:** En la comarca **Norte**, los **garbanzos** aún no han comenzado a sembrarse. Hay pocas parcelas de **habas** porque en noviembre aún no había llovido y después fue tarde en esa zona. El estado fenológico predominante de las **habas** es el "BBCH 30 (Crecimiento del tallo)" y para los **guisantes** el "BBCH 1-9 (Germinación)". Los **guisantes** están emergiendo en las parcelas sembradas en enero. **Sevilla:** Las parcelas de **habas forrajeras** se ven entre 6 y 9 brotes laterales y en crecimiento acelerado del tallo (BBCH 30) las más adelantadas. Primeros estadios de los **guisantes forrajeros**, aunque ya se observan las parcelas más tempranas iniciando la floración. Preparación del terreno y siembra de los **garbanzos** para pienso.

## TUBÉRCULOS DE CONSUMO HUMANO

**Cádiz:** En los invernaderos comenzaron a recogerse **patatas** sobre el 10 de enero y al aire libre comenzó en torno al 20 de enero. La producción por hectárea es de unas 70.000-75.000 kg/ha. **Granada:** En la zona de **la Vega de Granada** está comenzando muy tímidamente la siembra de **patata**. El 90 por ciento de la superficie de siembra se prevé que está compuesta por las variedades **Ágria y Fábula**, otras variedades no tan usuales son la **Martina y Rudolph**. En **Motril** no se van a realizar siembras de **patata temprana**. En **la Costa**, el cultivo de **patata** continúa desarrollándose correctamente, la parte aérea de la planta alcanza unos 35-40 cm. Se observa una leve disminución de la superficie de **patata de media estación y patata extratemprana** en la provincia. El estado fitosanitario del cultivo es óptimo ya que no se ha detectado ninguna anomalía. **Málaga:** La recolección de la **patata tardía** está muy avanzada en la comarca **Norte**, zona de **Antequera**. En una semana se prevé que finalice. Los rendimientos para la variedad **Spunta** han sido de unos 15.000 kg/ha y para la variedad **Soprano** ha sido de 17.000 kg/ha. **Sevilla:** Se produce la germinación y emergencia de tallos (BBCH 07) en la **patata temprana** que se ha visto favorecida por las lluvias seguidas del aumento de las temperaturas, se ven ya algunas parcelas que empiezan a cerrar los huecos entre plantas en el lomo.

## CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** En los invernaderos de la zona de **Níjar**, el **tomate de ciclo largo** ya se está despuntando. El **calabacín** sigue su ciclo normal, sólo es destacable que los más tardíos presentan algo de virus. A las **sandías** más tempranas ya se le ha quitado el tunelillo o manta térmica y está con ramales, aunque en febrero-marzo se realizarán la mayoría de nuevas plantaciones. Sigue habiendo plantaciones que presentan decaimiento por problemas de raíces después de las últimas lluvias y granizo. En los invernaderos del **poniente**, continúa el arranque de las plantaciones más tempranas de **pimientos**, el resto están en plena recolección. Continúa la recolección de todos los tipos de **tomate**. Las nuevas plantaciones para la primavera se encuentran en todos los estados, desde recién plantadas hasta iniciándose su recolección. Se han realizado nuevas plantaciones de **berenjenas**. En las de ciclo largo continúa su recolección. Muchas plantaciones de **pepinos** están agotadas. En su lugar comienzan a realizarse nuevas plantaciones de **pepino** o de otros cultivos. Las variedades de **calabacín** de invierno están en recolección. Continúan los trasplantes. Comienzan las plantaciones de **melones** y **sandías**, protegidos por manta térmica. Se trasplantan los **melones** más tempranos, sobre todo **Cantaloup y Galia**, siempre con tunelillo, manta térmica o doble techo. **Cádiz:** En los invernaderos de **pimientos**, se está produciendo el cambio de cultivo. Terminó la recolección en los invernaderos de **Sanlúcar** y comienza la implantación de variedades de **pimiento Italiano Dulce** como **Nabone y Palermo**, con una densidad de 5.000 plantas por hectárea. Los estados fenológicos en este cultivo van desde "siembra" hasta "fin de recolección". **Granada:** En la zona de **Albuñol y Motril** el cultivo de **tomate Cherry** está evolucionando más rápidamente en comparación con semanas anteriores. Las producciones medias son de unos 3.200 kg/ha aproximadamente. Las variedades más cultivadas son la **Angelle** y la **Lupita**. Los **pimientos** se encuentran en plena recolección. A finales de febrero se comenzará a sembrar **pimiento rojo Lamuyo**. Los abonos que se están aplicando son nitrato potásico, nitrato de cal, nitrato de amonio, sulfato potásico y sulfato de magnesio. En la zona de **Motril**, el cultivo de **pepino holandés** se está desarrollando rápidamente debido a las altas temperaturas de las últimas semanas. Se están obteniendo unas producciones medias de unos 3.000 kg/ha. Se estima que la recolección terminará a primeros de marzo y así poder preparar la tierra para la siembra de **sandía**. La variedad más cultivada es el **pepino holandés Litoral**. En **Albuñol** la cosecha de **berenjena** continúa evolucionando positivamente con unas producciones de 10 kg/m². La gran mayoría de la superficie sembrada está formada por las variedades **Thelma y Rayada**. Se estima que la recolección termine a primeros de junio. La recolección de **judía** ya se ha terminado practicante, apenas quedan escasos remates ya que en escasas semanas se empezará a preparar la tierra. La variedad más sembrada fue la **judía Helda**. A finales de febrero comenzarán a realizarse las siembras de nuevo. La superficie de siembra cada año disminuye más, debido a la cantidad de mano de obra necesaria para su recolección. **Huelva:** La campaña de la **fresa** se encuentra a pleno rendimiento tras las altas temperaturas de los últimos días y la proximidad de la fecha 14 de febrero, momento alrededor del cual en los últimos años aumenta el consumo además de su cotización. Variedades como **Fortuna, Rociera, Rábida, Palmerita**, entre otras son recolectadas estos días. Se realizan tratamientos fungicidas además de contra el pulgón en parcelas puntuales. En las **frambuesas**, se recolectan las posturas de agosto y están aumentando las cantidades en las últimas semanas con el aumento de las temperaturas y también el consumo. Se aplican tratamientos fungicidas y abonados ricos en calcio. Las **frambuesas Adelita, Rocio y Lyon** están saliendo de los invernaderos estos días. ■ **Al aire libre:** **Almería:** En el **Alto Almanzora**, ha finalizado la plantación de **guisantes y habas verdes** para su recolección en primavera. En las zonas más tempranas se están recolectando las últimas **habas verdes** de otoño-invierno. Continúa la siembra escalonada de **brócoli**. Se siguen recolectando **lechugas** de todos los tipos. Está recolectándose la **col picuda**. **Córdoba:** Durante esta semana, conforme el terreno lo ha ido permitiendo, en **la Campiña** se han intensificado las labores de abonado nitrogenado de cobertera y de aplicación de herbicidas en los **ajos chinos** y las **cebollas**. Las plantas de **espárragos**, tras el abonado de

fondo y con las temperaturas por encima de los 20°C, están saliendo del letargo invernal y están empezando a moverse los turiones. Los **espárragos blancos** continúan aporcados a la espera de la recolección. **Granada:** En la comarca de **la Vega**, el cultivo de **ajo Chino** evoluciona correctamente debido a las altas temperaturas de las últimas semanas. El estado fenológico predominante es el "BBCH 17 (séptima hoja claramente visible)" y el estado más retrasado "BBCH 15 (quinta hoja claramente visible)", sin embargo, el estado fenológico más avanzado no ha evolucionado ya que el bulbo o fuste no ha alcanzado el 30% de su diámetro final. Las variedades más sembradas son el **ajo Chino** el cual fue sembrado en septiembre y el **ajo Morado** en octubre-noviembre. El **ajo Chino** tiene más dientes y de mayor tamaño que el **ajo español**. En **la Vega de Granada y Alhama** el cultivo de **alcachofa** se desarrolla favorablemente debido a las buenas temperaturas ya que las adecuadas condiciones climáticas son muy importantes en la producción de **alcachofa**, crece con máximo esplendor entre 13 y 24°C. Actualmente la planta mide unos 15-17 cm. Las variedades más sembradas por los productores son la **Imperial** y la **Lorca**. En la zona de **la Vega** el cultivo de **espárragos** progresa adecuadamente. Ahora mismo se encuentra en brotación y se le está aplicando un abonado con 6-10-20 del orden de 600-800 kg/ha. La variedad más cultivada es el **espárrago F1** grande. La superficie de **espárrago** está aumentando debido a la alta rentabilidad. En **la Vega de Granada**, el cultivo de **cebolla** continúa desarrollándose de manera positiva a pesar de que se encuentra retrasado unos 10 días debido a los fríos de mediados de enero. El estado fenológico predominante es el BBCH 17 (séptima hoja visible) y el más retardado es el BBCH 15 (quinta hoja claramente visible). Se aplican abonos nitrogenados, con sulfato amónico 21% y nitrato amónico cálcico 26%. **Jaén:** El estado fenológico predominante de los **ajos Morados** es el "BBCH 19 (9 o más hojas visibles)" y para los **ajos Spring** es el "BBCH 41 (comienzo del engrosamiento de la hoja)". Las bajas temperaturas de semanas atrás han beneficiado al cultivo para su enraizamiento y desarrollo. En algunas zonas se le está regando, dado que el terreno no cuenta con la humedad suficiente, a pesar de las lluvias. Se aplica abonado de cobertera en algunas parcelas. En las plantaciones de **cebolla**, el estado fenológico predominante es el "BBCH 16 (6 o más hojas visibles)" y el más retrasado el "BBCH 13 (3 o más hojas visibles)". Se realizan labores de eliminación de hierbas y se aplica el abonado de cobertera en las zonas donde se ha podido realizar estos trabajos debido a las lluvias. El cultivo, con la subida de temperaturas, espera que en este mes de febrero tenga un desarrollo óptimo. Se siguen regando muchas parcelas por aspersion, dado que el nivel de humedad del terreno es insuficiente. En las plantaciones de **espárragos**, con la subida de las temperaturas se está detectando movimiento de los turiones en la planta, que se recolectarán en los próximos días si se mantienen estas temperaturas sufriendo un adelanto esta campaña. **Málaga:** La **cebolla** está en pleno desarrollo de las hojas. Dos de las variedades más empleadas son **Sirius y Shinto** con unas dosis de unas 500.000 plantas por hectárea. Los abonados de fondo fueron ricos en fósforo y potasa con menos dosis de nitrógeno. El estado fenológico predominante es de "4 hojas verdaderas". **Sevilla:** Las **alcachofas** se encuentran en engrosamiento del fruto y recolección en **la Vega**. Maduración y recolección de las parcelas más adelantadas y desarrollo en diferentes estadios, según ciclo, de **brócolis y coliflores**. Desarrollo foliar de las **espinacas** y radicular de la **zanahoria** que ya cubren el terreno por completo. Primeros estadios entre BBCH: 16 (6 hojas) y BBCH: 19 (9 hojas) de las **cebollas tempranas**. Preparación del terreno y colocación de los plásticos negros en los lomos en las parcelas destinadas a la plantación de **melones y sandías**.

## FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Almería:** El estado fenológico más avanzado en los **almendros** es el "F (flor abierta)". Continúan los tratamientos con cobre para las variedades más tardías que aún no están en floración, con una dosis de 2,5 kg por cada 500 litros de caldo, sobre todo en la zona de mayor incidencia hongos, como el término municipal de **Oria**. **Córdoba:** El estado fenológico predominante en los **almendros** es el "A (Botón floral en reposo invernal)". En las comarcas **Campiña Baja y Las Colonias** las variedades más precoces se encuentran en floración. Se realizan labores de poda y eliminación de restos. **Granada:** En **Alhama**, los **almendros** se encuentran en el estado fenológico "B (la yema comienza a hincharse)". Si la climatología continúa parecida a la de la semana actual, el cultivo puede que se desarrolle mucho más rápido. Continúa plantándose **almendro** a «raíz desnuda». En la comarca de **Guadix**, el estado fenológico predominante de las plantaciones de **almendro** continúa siendo el "A (botón floral en reposo invernal)" y se pueden observar grandes superficies con un estado fenológico B (la yema comienza a hincharse). Continúan los tratamientos con cobre para las variedades más tardías que aún no están en floración. La superficie cultivada de **almendro** está aumentando notablemente debido a una mejor rentabilidad. **Jaén:** El estado fenológico predominante de los **almendros** es el "B (Botón floral hinchado)", el más avanzado "C (Inicio de floración)" y el más tardío es el "A (Botón en reposo invernal)". Las variedades **Comuna, Desmayo y Marcona** comienzan la floración. Se siguen dando tratamientos fungicidas en variedades tardías. Se preparan las tierras subsolando aquellas fincas que van a plantarse de **almendros**. ■ **Frutos subtropicales:** **Granada:** En la zona **Motril** continúa la recolección a buen ritmo del **aguacate** con unas producciones de unos 9.000 kg/ha. Las variedades más cultivadas son la **Hass, Bacon y Fuerte**. Si continúan las buenas condiciones meteorológicas la cosecha podría finalizar antes de lo previsto. En las parcelas en las que ha terminado la recolección se aplicará un abonado de nitrato potásico. En **Almuñécar** el cultivo de **chirimoya** se encuentra en plena recolección. Se están consiguiendo unas producciones de unos 12.000 kg/ha. De seguir sin precipitaciones y fuertes heladas la cosecha terminará a finales del mes de marzo. Las variedades más cultivadas de **chirimoya** son **Fino de Jete** y la **Campas**. En la zona de **Motril** continúan realizándose el deshojado de la **chirimoya** y labores de abonados. En la zona de **la Costa**, el cultivo de **mango** continúa en parada vegetativa. Se estima que el **mango** comenzará a florecer en marzo. Se está comenzando tímidamente con la aplicación de abonos de nitrato potásico. El cultivo de **níspero** se desarrolla rápidamente debido a las buenas condiciones climatológicas encontrándose en el estado fenológico H (fruto cuajado). A mediados de febrero se realizará el adareo de frutos. **Málaga:** Se recolectan **aguacates** de la variedad **Fuerte** con la campaña muy avanzada, solo se dan 2-3 cortes. La variedad **Hass**, está en plena producción con una gran cantidad de cortes. Se ha cogido algo de **Redd, Pinkerton y Lamb Hass** con un solo corte esta semana. Los **Redd** son los menos cotizados y los **Hass** se acercan a los 3 euros/kg.

## CÍTRICOS

**Almería:** La recolección para industria va a buen ritmo. Continúa la recolección de **Navel Late y Lane Late**. **Cádiz:** De momento en la zona del **Campo de Gibraltar**, la recolección de **Salustianas y Lanes** no ha despegado. La **Navel Late** y **Navel Lane Late** se encuentran rematando el engorde. La **Salustiana** está lista para empezar, pero será a final de febrero cuando comience. **Córdoba:** Continúa la recolección de la **naranja** de la variedad **Salustiana**. Se confirma la disminución de producción y el incremento de las cotizaciones con respecto a la campaña anterior en las variedades ya recolectadas. **Sevilla:** El estado fenológico dominante es el envero y maduración en las variedades por recolectar y yema en latencia para las ya recolectadas e iniciando el movimiento a flor con la subida de las temperaturas en las parcelas más adelantadas. Tras las beneficiosas lluvias y al oreo de la arboleda se reanudan las labores de la recolección de la fruta, finalizando con las **Washington y Thompson Navel**. Prosigue la recolección de variedades de media estación de **naranjas** como **Salustiana** que se encuentra en plena campaña y comenzando con las **Navel Powell y Lane Late**. Se aplican tratamientos herbicidas y fungicidas.

## VIÑEDO

Los **viñedos** siguen en reposo, se continúan realizando las labores de poda, retirada y eliminación de sarmientos.

## OLIVAR

**Almería:** La recolección se encuentra finalizada o a punto de finalizarse. **Córdoba:** Los **olivos** se encuentran en parada invernal. Continúan las labores de poda y aplicación de abonado, así como trabajos de control de malas hierbas mediante pases de cultivador o tratamientos herbicidas en las parcelas ya recolectadas, mientras que continúa la recolección en el sur de la provincia, donde predomina la variedad **Hojiblanca**, ya que la **Picual** está prácticamente terminada. **Granada:** En **Alhama e Iznalloz** la cosecha de la **aceituna** está evolucionando favorablemente. Las variedades más usuales en la provincia de **Granada** son la **Marteña** y la **Hojiblanca**, de las cuales se está obteniendo unas producciones de 13.500 kg/ha, con un rendimiento graso del 23%. **Jaén:** En las zonas con recolección finalizada se realizan podas y eliminación de restos. **Sevilla:** Se van rematando las labores de tala y poda seguidas de la eliminación de restos y tratamientos fungicidas.

## MERCADOS NACIONALES

Corriente, libra..... 1,65  
Negreta, libra..... 1,85

## Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 10 de febrero de 2020, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando.....	200,00
Cebada P.E. (+64).....	181,00
Avena.....	190,00
Centeno.....	173,00
Triticale.....	188,00
Maíz (14°).....	184,00
FORRAJES	Euros/Tm
Paja, paquete grande.....	67,00

## Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 13 de febrero de 2020. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Avena.....	174,00
Cebada Nacional de 62 Kg/Hl.....	174,00
Centeno.....	167,00
Colza.....	320,00
Girasol 9-2-44.....	305,00
Paja Empacada.....	63,00
Trigo Nacional Pienso 72 Kg/Hl.....	192,00

## Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 4 de febrero de 2020. Origen almacén agricultor con capacidad de carga y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO	
Duro Grupo 1.....	244,00
Duro Grupo 2.....	240,00
CEBADA	
Igual y más de 64.....	182,00
Menos de 64.....	180,00
MAÍZ	
Nacional.....	181,00
Próxima sesión: 18 de febrero de 2020.	

## Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 7 de febrero de 2020. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FE-GA (Campaña 2019-2020).

CEREALES	Euros/Tm
Maíz Secadero.....	184,00
Cebada +62 kg/hl.....	178,00
-62 kg/hl.....	172,00
Avena Rubia.....	181,00
Blanca.....	181,00
Trigo Duro P>12 PE>78 V>75.....	235,00
Pienso + 72 kg/Hl.....	194,00
Fuerza +300w +14 pr.....	223,00
Fuerza -300w +12,5 pr.....	207,00
Panificable Pr >11, W<200.....	200,00
Chamorro.....	235,00
Triticale.....	184,00
Centeno.....	172,00
Yeros.....	212,00
Veza.....	230,00
Guisante.....	218,00
Garbanzo sin limpiar.....	340,00
NOTA: Demanda contraída en el mercado en la semana vencida, con pocas operaciones destinadas básicamente a la reposición. La oferta se ha mantenido constante, lo que ha provocado descensos en las cotizaciones de maíz, cebadas y trigos. La avena repunta por contra dos euros por tonelada. Próxima cotización el 21 de febrero de 2020.	

NOTA: Demanda contraída en el mercado en la semana vencida, con pocas operaciones destinadas básicamente a la reposición. La oferta se ha mantenido constante, lo que ha provocado descensos en las cotizaciones de maíz, cebadas y trigos. La avena repunta por contra dos euros por tonelada. Próxima cotización el 21 de febrero de 2020.

## Lonja de Tortosa

Información de precios agrarios del 3 de febrero de 2020 facilitados por la Lonja de Contratación de Tortosa. (Últimos precios recibidos).

CEREALES	Euros/Tm
Avena.....	208,00
Cebada.....	198,00
Sorgo Importación.....	212,00
Trigo.....	232,00
Maíz Nacional.....	204,00
Importación.....	202,00
Alfalfa.....	216,00
Precios peso bruto por neto sobre Tortosa.	
SALVADOS	Euros/Tm
Tercera 1ª.....	226,00
Salvados Hoja.....	265,00
FRUTOS SECOS	Euros/Kg
Almendra Comuna.....	4,95
Largueta.....	5,10
Marcona.....	6,30
Mollar.....	4,95
Casall/Pelonas (s/rendimiento).....	4,00
Precio del grano según/rendimiento en almacén descascarador.	
LEGUMBRES	Euros/Tm

Algarrobas al productor, Rend. 7/10%	
Humedad max. 18%.....	0,55
Precios peso bruto/neto/almacén troceador	
TURTOS DE HARINA	Euros/Tm
De soja reventa 47% Prot.....	364,00
ACEITUNAS	Euros/Kg
Recogida del árbol.....	0,35-0,37
Del suelo.....	0,25-0,27
Tanto en el Baix-Ebre como en el Montsià, según acidez y rendimiento	
ARROCES	Euros/Kg
Blanco "Bahía" Extra.....	0,570
Con cáscara "Bahía".....	0,290
Medianos de arroz corrientes.....	0,320
Medianos de arroz grandes.....	0,330
Precio sobre fábrica del Baix Ebre.	
COMBUSTIBLES	Euros/Kg
Cáscara de Almendra.....	0,065
Sin rectificar.....	0,07
CÍTRICOS	Euros/Kg
Mandarina Hernández.....	0,27
Naranja Lanelate.....	0,21
Precios en árbol.	

## Lonja de Valencia

Información de los precios de la Mesa de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 10 de febrero de 2020. Campaña 2019-2020.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navel Lane Late, en árbol.....	0,235-0,329
Navel Powell, Barnfield y Chislett	
pocas operaciones.....	0,329-0,400
SUBGRUPO SANGRE	
Sanguinelli,	
casí sin existencias.....	0,282-0,376
SUBGRUPO BLANCAS	
Barberina y Mid-night,	
pocas operaciones.....	0,376-0,388
Valencia Late, pocas operac. ....	0,235-0,329
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
SUBGRUPO HÍBRIDOS	
Tango, en árbol.....	0,700-0,900
Nadorcott, en árbol.....	0,700-0,900
Ortanique, en árbol.....	0,235-0,313
Ori, en árbol.....	1,000-1,200
NOTA: Compras frenadas en naranjas y bastante interés por lo que queda pendiente por comprar en mandarinas.	

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 13 de febrero de 2020.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva, disponible Valencia.....	330,00-340,00
J. Sendra, disp. Valencia.....	330,00-340,00
Monsianell, disp. Valencia.....	330,00-340,00
Fonsa, disp. Valencia.....	330,00-340,00
Bomba, disp. Valencia.....	750,00-790,00
Precios según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado, disp. Valencia.....	590,00-600,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disp. Valencia.....	565,00-580,00
Guadamar Extra.....	605,00-620,00
Thaibonnet, Sirio y Gladio,	
disp. Valencia.....	545,00-570,00
Puntal, disp. Valencia.....	545,00-570,00
Precios por tonelada a granel.	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro, disponible Valencia.....	175,00-180,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia.....	300,00-310,00

Medianos Gruesos,	
disponible Valencia.....	330,00-340,00
CEREALES-LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Maíz Importación,	
disponible Puerto Valencia.....	190,00
disponible Castellón.....	190,00
Avena Blanca, destino Valencia.....	218,00
Semilla Algodón,	
destino Valencia.....	271,00-272,00
Precios por tonelada a granel.	
TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona.....	333,00
47% alta proteína, disp. Barc.....	343,00
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia.....	120,00
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida.....	185,00-190,00
14% prot., Aragón/Lérida.....	165,00-170,00
B. Balas s/calidad A./Lér. ....	190,00-225,00
Harina Girasol Integral, 28%	
disponible Tarragona.....	175,00-176,00
disponible Andalucía.....	172,00-173,00
Harina Girasol Alta proteína (36%),	
disponible Tarragona.....	222,00-223,00
Palmiste, dest. Valencia.....	189,00-190,00
Harina de Colza,	
disponible Puerto Castellón.....	245,00
Gluten Feed, disp. Valencia.....	190,00-191,00
Bagazo de Maíz,	
disponible Valencia.....	217,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
disponible Castilla-León.....	200,00
Import., disp. Tarragona.....	192,00-193,00
Import. disp. Andalucía.....	192,00-193,00
Salvado de Trigo Cuartas,	
disponible Valencia.....	174,00-176,00
Precios por tonelada a granel	
GARROFAS Y DERIVADOS	Euros/Tm
Variedad Matalafera y similares	
Entera (disp. origen)	
Zona Valencia.....	500,00-600,00
Zona Alicante.....	500,00-600,00
Zona Castellón.....	500,00-600,00
Zona Tarragona.....	550,00-600,00
Zona Ibiza.....	480,00
Precios tonelada/granel según rendimientos	
Troceada Integral, origen.....	165,00-175,00
Sin Harina, origen.....	180,00-190,00
Troceado Fino, disp. origen.....	160,00-170,00
Precios por tonelada a granel	
Garrofin, euros/tonelada. Origen	
Poca disponibilidad.....	5.750,00-6.000,00
LEGUMBRES (Disp. origen)	Euros/Tm
ALUBIAS	
Redonda Manteca.....	2.050,00
Pintas Granberry.....	1.600,00
Michigan.....	1.600,00
Canellini Argentina 170/100.....	1.400,00
Great Northern.....	1.150,00
Blackeyes.....	1.500,00
Negras.....	1.400,00
Garrofon.....	2.150,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46.....	1.550,00
Nuevos 34/36.....	1.950,00
Nuevos 50/52.....	1.500,00
LENTEJAS	
USA Regulars.....	1.250,00
Laird Canadá.....	1.050,00
Stone.....	850,00
Pardina Americana.....	1.000,00
Precios euros/ton. en mercancía envasada.	
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
CACAHUETE CÁSCARA	

Chino 9/11, disp. origen.....	1.800,00
Chino 11/13, disp. origen.....	1.750,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Jumbo Americano	
runner 38/42, disp. Valencia.....	1.700,00
Mondado Origen Argentina 38/42	
disponible Valencia.....	1.600,00
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,	
pocas operaciones, Valencia.....	6.500,00
Largueta prop,	
pocas operaciones, Valencia.....	5.300,00
Comuna prop,	
pocas operaciones, Valencia.....	5.200,00
Comuna ecológica,	
pocas operaciones, Valencia.....	9.000,00
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm, disp. Val.....	9.500,00
PATATAS	Euros/Tm
Agria, disponible Valencia.....	400,00
Lavada, origen Francia,	
disponible Valencia.....	460,00
Elodie, origen Francia	
disponible Valencia.....	340,00
Precios por tonelada, según origen/calidad envasada en 25 kgs.	
CEBOLLAS	Euros/Tm
Variedad Grano, calibres 1 al 6, almacén,	
restos temporada, origen.....	60,00-100,00

## Lonja de Zamora

Información de precios de la Mesa de Cereales del 11 de febrero de 2020 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando.....	193,00
Cebada.....	176,00
Maíz.....	184,00

## Generalitat Calalunya

Evolución semanal de los precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas y hortalizas del 3 al 9 de febrero de 2020, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

FRUTAS	Euros/Kg
Mercolleida (Semana 06)	
MANZANAS	
Golden I, 70 i +.....	0,33
Verde Americana 70+.....	0,38
PERAS	
Blanquilla 58 i +.....	0,70
Conference 60 i +.....	0,65
HORTALIZAS (Semana 06)	Euros/Kg
Tarragona	
Acelga.....	0,47
Alcachofa.....	0,78
Col.....	0,21
Coliflor.....	0,29
Escarola.....	0,27
Espinaca.....	0,48
El Llobregat	
Apio (unidad).....	0,50
Acelga.....	0,55
Brócoli (unidad).....	0,75
Calçot (unidad).....	0,08
Alcachofa.....	1,50
Cebolla Tierna (manojos).....	0,60
Col (unidad).....	0,55
Coliflor (unidad).....	0,65
Lechuga Romana (unidad).....	0,55

Escarola.....	0,75
Espinacas.....	0,70
Habas.....	1,10
Zanahoria.....	0,40
Puerro (manojos).....	1,00
El Maresme	
Ajo Tierno (manojos).....	0,70
Apio (unidad).....	0,60
Acelga (manojos).....	0,50
Calçot (unidad).....	0,10
Cebolla Tierna (manojos).....	0,90
Col Hoja Lisa (unidad).....	0,55
Lechuga Romana (unidad).....	0,50
Lechuga Hoja Rizada (unidad).....	0,50
Espinaca.....	0,70
Perejil (manojos).....	0,40
Judía del Ganxet.....	7,00
Zanahoria (manojos).....	0,50
Rábano (manojos).....	0,20
(Las semanas corresponden a los días que se fijan los precios, independientemente de su vigencia)	

## La Rioja

Precios agrarios al productor sin IVA, del 3 al 9 de febrero de 2020, facilitados por el Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Media Fuerza.....	189,31
Trigo.....	183,31
Cebada.....	168,30
Maíz h: 14% (*).....	183,31
(*) Los precios son en salida de almacén sin IVA	
PATATAS	Euros/Kg
Agria.....	0,18
CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
(Precios salida almacén sin IVA)	
Champiñón, Granel	
(1 kg) (Pie Cortado).....	1,90
Bandeja 250 gr. (Pie Cortado).....	0,60
Seta Pleurotus, Granel (1 kg).....	1,70
Bandeja 250 gr.....	0,65
Seta Shii-Take, Granel (1 kg).....	4,00
HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla.....	0,75
Verde.....	0,55
Borrajá con Hoja Sucia.....	0,75
Lechuga Rizada (doc).....	4,20
Cogollos (doc).....	3,00
Apio.....	0,20
Cardo (ud.).....	1,50
Coliflor (doc).....	4,30
Brócoli.....	0,40
Repollo Hoja Rizada.....	0,18
Alcachofa (doc).....	2,75
Coles de Bruselas.....	0,70
FRUTAS	Euros/Kg
PERA	
Blanquilla 58+ (*).....	0,68
Blanquilla DOP (*).....	0,70
Conferencia 60+ (*).....	0,68
Conferencia DOP (*).....	0,70
MANZANA	
Golden 70+ (*).....	0,43
Fuji 70+ (*).....	0,53
* Precio salida de almacén sin IVA	
DOP: Denominación de Origen Protegida	
ALMENDRAS CÁSCARA	Euros/Kg
Común.....	0,93
Largueta.....	1,18
Marcona.....	1,32
Floración Tardia.....	1,55
Ecológica.....	1,96

## LEGISLACIÓN

# Andalucía destina 16,4 millones a explotaciones con limitaciones derivadas de su ubicación

El Consejo de Gobierno ha tomado conocimiento de la apertura de la convocatoria 2020 de las ayudas que gestiona la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de Andalucía para las explotaciones agrarias ubicadas en zonas con limitaciones naturales u otras específicas. Estos incentivos cuentan con un presupuesto de 16,4 millones de euros cofinanciados por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader) para

la presente anualidad y respaldan a los productores que desarrollan su actividad en



## Unica

**Diego Calderón:** “Siempre es positivo acudir a Berlín; allí coincidimos con gran parte de nuestros clientes internacionales. Hemos estado presentes con muchos de los productos de nuestro catálogo (actualmente más de 100 productos distintos). Especial atención han tenido los cítricos y el ajo tras la incorporación de cooperativas como Sunaran, Nulexport y Coopaman. Además del resto de productos en formato snack hemos estado promocionando los ‘al dente’ a los que el consumidor da el último toque de preparación, cocinado y aliñado en función de sus gustos. Proporcionamos al cliente tanto gama como volumen, sin dejar de innovar; lo que le permite al cliente diferenciarse. La clave está en conocer mejor al consumidor y adelantarnos a sus necesidades. Para ello tenemos las herramientas necesarias, fortaleciendo el vínculo con el cliente. Gracias a este vínculo tratamos de conseguir una rentabilidad sostenida en el tiempo para nuestros agricultores, si bien esta rentabilidad sólo se entiende si se analiza en una serie de años y no en un período concreto”.



## Maison Lecouffe

**Pierre-Yves Tondreau:** “Estamos satisfechos con esta segunda participación en Fruit Logistica. Aún habiendo observado una asistencia más débil que la del año pasado, los contactos han sido muy interesantes porque en esta edición el perfil del comprador ha sido más variado. Este año se han cumplido nuestras expectativas con respecto a compradores potenciales. Hemos logrado nuestro propósito de darnos a conocer y asegurar la comunicación de nuestra compañía. La feria nos ha brindado la posibilidad de dar un gran paso en la exportación y abrir nuevas puertas. Nos ha permitido poner en conocimiento a nuestra compañía. Nuestro ‘know-how’ es la dinámica de Maison Lecouffe”.



Benito Orihuel y el equipo de Citrosol recibieron la visita de Ximo Puig y Francisco R. Mulero en Fruit Logistica. / PAU LLORCA

# Citrosol presenta en Berlín la línea BioCare

Citrosol regresa de Fruit Logistica con la satisfacción de haber transmitido la importancia de máxima eficacia en el control del podrido y de prevenir reclamaciones en destino

### ► CITROSOL

La nueva gama BioCare by Citrosol y el aguacate, que es un cultivo de moda en todo el planeta y a nivel productivo, también, despertaron el interés entre los diferentes clientes profesionales que visitaron el stand de Citrosol en Berlín, entre ellos el presidente de la Comunidad Valenciana, Ximo Puig, que quiso conocer in situ las nuevas soluciones que en el pabellón 18 mostraba el stand de Citrosol. Benito Orihuel hizo un balance de lo que ha significado para la compañía esta destacada presencia en una de las principales ferias hortofrutícolas a nivel mundial.

Una parte del sector se encamina a los tratamientos llamados ecológicos, con sustancias alternativas a los fungicidas de síntesis. Citrosol ha presentado en esta feria la línea BioCare by Citrosol, que son tratamientos postcosecha certificados como insumo en producción ecológica, una gama completa de tratamiento desde el drencher al tratamiento en línea y una cera con certificación ecológica Citrosol® AK BIO, siendo la primera cera en el sector con certificación ecológica. Esta cera de recubri-

miento está siendo muy demandada puesto que aporta un gran brillo y un excelente control de la pérdida de peso, retrasando el envejecimiento de la fruta por reducción en la respiración y la transpiración.

En resumen, lo que hemos podido observar en la feria, es que lo que se busca en cítricos son tratamientos cada vez más eficaces y eficientes. Más eficaces porque se quiere llegar a destinos más lejanos y para ello es necesario alargar la vida comercial de la fruta y más eficientes en lo que a uso de recursos se refiere y, principalmente, bajo el menor impacto sobre el medio ambiente.

### ■ AK TROPICALES UE

A lo largo de los tres días de feria pasaron por el stand de la empresa de Potries innumerables clientes y visitantes para interesarse por los últimos desarrollos de Citrosol. Entre ellos, la nueva cera para mango, Citrosol AK TROPICALES UE importante revolución puesto que el consumo de mango en España ha aumentado más de un 200 por ciento en los últimos cinco años. Respecto a la comercialización dentro de la Unión Europea, y teniendo en

cuenta también la producción nacional, España se sitúa como el segundo comercializador de mango, con algo más de un 17 por ciento del total.

Este recubrimiento ha sido desarrollado específicamente para el incremento de la vida comercial de frutos tropicales como es el caso del mango. Reduce los daños por frío, cuyas lesiones terminan siendo una vía de penetración de hongos patógenos, y en consecuencia disminuye también la incidencia de podrido. Por otra parte, evita el arrugamiento del mango manteniendo su firmeza.

### ■ SISTEMA CITROCID FRESH-CUT

Como fruto del proyecto europeo Aquafresh, se ha desarrollado el Sistema Citrocid Fresh-Cut, que junto con la maquinaria de KRONEN y la recién concedida ampliación de usos seguros de AESAN permitirá “exportar” nuestro eficaz y contrastado modelo de lavado, desinfección y reutilización del agua a productos mínimamente procesados.

Fueron un éxito los resultados, obtenidos hace unos meses, del piloto industrial en Vega Mayor (Florette), con lechuga Iceberg, baby leaf y zanahoria.

## 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-FRUIITS, 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](mailto:info@valenciafruits.com) o por correo postal a Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6 - 46005 VALENCIA

# CUIDAMOS TUS FRUTAS

*Excelencia en tecnologías postcosecha desde 1955, en más de 40 países.*

**FOMESA FRUITECH** *representa tradición, liderazgo y excelencia en tecnologías postcosecha desde 1955.*

*Un perfil empresarial que durante más de 65 años se ha consolidado a nivel mundial, consiguiendo una presencia en más de 40 países con un solo objetivo:*  
**CUIDAR LAS FRUTAS DE NUESTROS CLIENTES.**

*Es momento de apostar por los valores que han hecho de*  
**FOMESA FRUITECH una gran empresa.**

*Somos tu especialista en Postcosecha*



**FOMESA FRUITECH**

*Your postharvest partner since 1955*

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

# FRUIT LOGISTICA 2020



valencia fruits  
**dossier**

# Fruit Logística 2020 suma un nuevo éxito en una edición marcada por la emergencia sanitaria internacional

► N. RODRIGUEZ, Ó. ORZANCO, R. FUERTES. BERLÍN / VALENCIA.

Los días previos al evento se cruzaron, sin duda, múltiples conversaciones en las que no faltaron una palabra, coronavirus, y un país, China. Una feria de carácter internacional tan importante como Fruit Logística donde los expositores y visitantes asiáticos tienen tanto peso hizo pensar a muchos lo peor: desde una caída muy importante de visitantes y expositores hasta una eventual anulación.

Sin embargo, la organización se preparó ante estas circunstancias y, según Madlen Miserius, directora ejecutiva de Producto en Fruit Logística, “la comunicación transparente de los días previos al evento y las medidas de seguridad adicionales en las instalaciones han ayudado a generar confianza”.

Al final, el descenso en número de visitantes ha sido de, aproximadamente un 7% (de los 78.000 de la pasada edición a los 72.000 de esta), cambiando la tendencia creciente, según la organización, “sigue siendo la mejor del mercado y refuerza su posición como el punto de encuentro más innovador e internacional del mundo para la industria mundial de frutas y hortalizas frescas”.

En cuanto a los expositores, se han mantenido en línea con los años anteriores, aunque fueron muchos los de empresas chinas que optaron por no acudir, mientras que otros enviaron a delegados de otros países.

Sobre estas ausencias, la organización se mostraba comprensiva: “Entendemos perfectamente los motivos por los que muchas personas no han podido asistir a la brillante edición de Fruit Logística de este año, pero, afortunadamente, hemos conseguido la congregación más numerosa e internacional de profesionales de productos frescos de todo el mundo”, comenta Miserius. “La calidad de los visitantes de la feria ha sido muy alta, y por los comentarios de nuestro expositor, sabemos que las salas de Fruit Logística han sido el escenario de un buen número de nuevos negocios. Estamos deseando recibir en nuestra próxima feria a los amigos que no han podido acompañarnos esta vez”.

En el trabajo desplegado por el equipo de Valencia Fruits durante la feria y en las jornadas posteriores, hemos podido constatar que la mayor parte de expositores y visitantes coinciden en señalar que se nota una menor presencia de público en los pasillos de Messe Berlin. Pero, por otra parte, también son muchos los que destacan que han podido mantener reuniones de más calidad al disponer de más tiempo para cada reunión. Se ha cerrado, pues, una edición que para muchos será recordada como muy provechosa. La edición de 2021 se celebrará del 3 al 5 de febrero de 2021.



El acceso desde la entrada Sur de la feria se veía menos tumultoso que en ediciones anteriores. / CÁRDENAS-RUBIO.

En las páginas siguientes recogemos las opiniones de algunas de las empresas que han participado activamente en Fruit Logística 2020.

#### ■ ACTEL

“El único cambio que hemos detectado con respecto a otros años es que ha habido menos gente, tal vez por el coronavirus. Más que hacer negocios nuevos, para nosotros es importante asentar los que ya tenemos. Para Actel la feria más importante es Fruit Attraction, aunque es imprescindible estar también en Berlín”.

#### ■ AGROFRESH

**Julián Herráiz:** “La feria ha ido fenomenal para Agrofresh, tenemos un gran número de proyectos y hemos podido aprovechar para ver a muchos clientes y hablar sobre ello. El stand ha estado lleno en todo momento. En general, nuestro balance sobre Fruit Logística 2020 es muy positivo”.

#### ■ ASOC. ESPAÑOLA DEL KAKI

**Pascual Prats:** “Para el sector del kaki, debido a las fechas de celebración, resulta más atractiva Fruit Attraction para concretar negocios. A Fruit Logística llegamos ya con la campaña prácticamente finalizada y con poca fruta para ofrecer. No obstante, sirve para promocionar el producto, mantener contactos con asociados y nuevos clientes que permitan incrementar la salida comercial para próximas temporadas ante el importante incremento de la producción que está registrando este cultivo. Además, se convierte en lugar idóneo para analizar cómo ha funcionado la temporada”.

#### ■ CAÑAMÁS HNOS

**Quico Peiró Cañamás:** “El balance de Fruit Logística 2020

para Cañamás Hnos es claro. Por una parte, la constatación de que para la campaña de distribución europea la fecha de Madrid es la que marca el paso y, por otra parte, la cita de Berlín se impone para la campaña de contraestación. Debido a esto, ambas citas son imprescindibles para un grupo como el nuestro que aspira a una alta representatividad en el mundo de la citricultura europea. En esta edición, ha tenido gran influencia la crisis sanitaria asiática, que ha provocado una baja representación de los operadores de dicho continente. En lo que se refiere a la marcha de esta campaña, queda claro y patente el menor volumen de fruta nacional, aunque también su mayor aprovechamiento y el alto seguimiento de los mercados europeos al cítrico español”.

#### ■ CASI

**Miguel Vargas:** “Hemos aprovechado para atender a todos nuestros clientes, intercambiando impresiones para saber cómo hemos de ir trabajando de cara al futuro. En cuanto a visitas, los comerciales han tenido agendas muy apretadas, aunque algunos suspendieron la visita por el miedo al coronavirus. También hemos presentado un proyecto en el que está integrada nuestra cooperativa para comercializar un calabacín nuevo para comer en crudo, sin ningún tipo de cocción que altere sus cualidades. Se consume fresco y no amarga. Los que lo han probado han visto algo diferente y les ha gustado. Espero que el consumidor también sepa apreciar algo que le va aportar todos sus nutrientes. Ahora a ver la acogida del público”.

#### ■ CITROSOL

“Coincidimos en que ha habido menos gente, y que Fruit Lo-

gística ha perdido peso frente a Fruit Attraction, pese a todo sigue siendo un buen punto de encuentro con clientes y también un buen escaparate donde presentar las novedades como nuestra nueva gama Biocare certificada como insumo para producción ecológica o el Sistema Citrocide Fresh-cut, pues hemos tenido solicitudes de mercados en los que todavía no estamos presentes”.

#### ■ CONSELL CATALÀ DE LA PRODUCCIÓ INTEGRADA

Desde el CCPI apuntan que uno de sus objetivos es dar a conocer su label (la mariquita), el valor añadido (productos producidos de manera respetuosa con el entorno, con suelos con cubierta, con uso de métodos alternativos a la lucha química en primera instancia, con la supervisión y responsabilidad de un técnico, con un elevado autocontrol y un largo etcétera de exigencias de carácter sostenible), la garantía de estos productos a través de la certificación, su organización, los controles que realizan, y las empresas que certifican el cumplimiento de su norma y, por tanto, pueden hacer uso del distintivo. En clave contactos, desde CCPI comentan que “hemos hablado con organizaciones de otros países, con estándares similares, que también intentan trasladar al consumidor el valor añadido y la garantía de sus productos certificados. Contactos que nos ayudan a conocer nuevas estrategias y, además, de difundir el listado de las empresas que certifican producción integrada en fruta y hortalizas”. La entidad valora de forma positiva su participación en Fruit Logística.

#### ■ CVVP

**Reyes Moratal:** “Parece que ha habido menos gente en la

edición de este año, se ha visto en los pasillos, pero nosotros hemos mantenido reuniones muy interesantes. Es una feria en la que podemos darnos a conocer como la Compañía de Variedades Vegetales, como referente en la gestión de variedades en España y en otros lugares de Europa. Aunque en Madrid hay mucha presencia internacional, aquí es mayor y hemos tenido la oportunidad de presentarnos, presentar las variedades de Kibi, hacer nuevos contactos y darnos a conocer. Sin olvidar nuestro objetivo de integrar nuevos socios y crecer a nivel internacional”.

#### ■ DAUMAR

**Jesús Oropesa:** “Fruit Logística sigue siendo un estandarte y un referente a nivel del mercado del packaging y de la fruta. Tenemos muchos clientes tanto de exportación como locales que queremos ver y este es un punto de unión mundial. Al final es una manera de presentar nuestras novedades, tanto los paquetes nuevos como toda la política de reciclaje y de reducción de material, de uso de materiales que pueden ser el futuro de aquí a nada, cuando los supermercados, los gobiernos, nosotros... todos nos pongamos de acuerdo. Son todo puntos de unión con los clientes y todos los interesados del negocio. Al final es potenciar la economía circular y Daumar intenta en todo momento enseñarlo a todo aquel que pase”.

#### ■ DECCO

**Miguel Sanchis:** “Acudir a esta feria nos permite, además de fidelizar a los clientes, presentar proyectos y el trabajo en equipo del resto de los Decco del mundo, porque nos aportan las ideas y desarrollos de otros países. Así,

(Pasa a la página 4)

# AgroFresh

Advancing the future of freshness™



Soluciones postcosecha  
para proteger tu fruta  
en cada etapa

## AgroFresh

Advancing the future of freshness™

CONTACTO:

Sergio Aparicio Gargallo  
696 447 131  
saparicio@agrofresh.com

[agrofresh.com](http://agrofresh.com)

«Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo».  
© 2020 AgroFresh. Reservados todos los derechos.

## Fruit Logística 2020...

(Viene de la página 2)

la discusión y la gestión entre todos los compañeros nos sirve para poder adaptarlo cada uno a sus necesidades. Podemos diversificar en nuevos productos, en nuevos cultivos que están desarrollando en otras zonas como Sudamérica o Sudáfrica. Eso, para Decco tiene mucho sentido: la oportunidad de poner en común el trabajo global de toda la empresa. Sin olvidar la sinergia existente entre la línea de pre y postcosecha del grupo UPL”.

### ■ DOP MELOCOTÓN DE CALANDA

**Samuel Sancho:** “La presencia en Berlín es necesaria porque estamos trabajando en la exportación a Europa y luego para hacer nuevos contactos. Hay intereses de países nuevos que vamos a estudiar, como es el caso de Arabia Saudí, y alguna cosa más que pueda surgir para incrementar la vía de la exportación. Es positivo participar aquí. Aunque haya habido menos gente este año, la relación con los clientes actuales y los posibles nuevos hacen que sea positivo y necesario ir a Berlín”.

### ■ DOP KAKI DE LA RIBERA DEL XÚQUER

**Rafael Perucho:** “Con la campaña prácticamente finalizada, nuestra asistencia a Fruit Logística busca esencialmente mantener el reconocimiento de la marca registrada PersiMon®, propiedad del consejo regulador que identifica a los kakis de la variedad Rojo Brillante certificados por el consejo regulador. Además, dado el crecimiento que ha experimentado la feria de Berlín, es el lugar y el momento idóneo para mantener el contacto con clientes y asociados. Nos viene muy bien para analizar el desarrollo de la campaña con el sector en general, y establecer contactos nuevos que siempre nos pueden ayudar en la comercialización”.

### ■ ESTIRIATEAM

**Raúl Roca:** “Como siempre mi valoración es positiva, quizás este año debido al coronavirus hemos tenido menos afluencia de países de África, Asia y Medio Oriente. También con el auge de Fruit Attraction de Madrid notamos que Berlín es una feria más interesante para otros continentes que para Europa. Respecto a nuestros productos y producción hemos podido informar y presentar nuevas variedades a la mayoría de nuestros clientes y a nuevos y potenciales clientes de futuro”.



Las colas de registro se combinaban con colas para declarar no haber estado en contacto con el coronavirus. / FL

### ■ EUROSEMILLAS

**José Pellicer:** “La feria ha ido muy bien. Este año hemos participado como visitantes. Las cosas tienen su propio ritmo. Teníamos que ir porque tenemos muchos clientes, la gente está comercializando Tango Fruit y teníamos que ir para hablar con todos y ver hacia dónde va el futuro, cómo tiene que crecer. Siempre tenemos un diálogo continuo con todos ellos y siempre hay pequeñas cuestiones que resolver. Al final detrás hay mucha investigación y nos interesa conocer de primera mano los posibles problemas para analizarlos para colaborar en su solución. Este es un tema muy vivo y ha sido positivo poder hablar con nuestros clientes”.

### ■ FEDEMCO

**Alberto Palmí:** “Esperábamos algo más suave y en un solo día tuvimos las mismas visitas que en Madrid el primer día. Tuvimos la mitad de las peticiones de información directas que solemos tener en toda la feria solo en el primer día. Aparte, la gente muy accesible, mucha visita de fabricantes exportadores de fruta. En definitiva, estamos muy contentos porque el que haya habido menos gente nos ha favorecido al estar más accesibles”.

### ■ FOMESA

“Un año más Fruit Logística confirma su liderazgo entre las ferias del sector, por la cantidad y calidad de expositores y público visitante. Son tres jornadas maratónicas de trabajo. Visitando a clientes y proveedores, analizando la competencia y viendo nuevas tendencias del mercado. Esta edición ha estado muy marcada por la sostenibili-

dad y por cómo ayudar a ser más eficientes en la lucha por el desperdicio alimentario”.

### ■ FRUIT ATTRACTION

**Raúl Calleja:** “Más allá de compararnos con nadie, Fruit Attraction siempre ha competido contra sí misma. Es una herramienta y un instrumento al servicio del conjunto de la industria comercializadora que nació con vocación de impulsar las exportaciones españolas, de continuar diversificando mercados y que se celebra en un mes clave para la comercialización de campañas. El ambiente, el espíritu que se ha creado alrededor de Fruit Attraction como una feria de vanguardia, una feria moderna... Probablemente mucho más humana. Ello nos ha ayudado en este camino a seguir creciendo. Al año que viene ocuparemos prácticamente todo el recinto, con unas 2.000 empresas participantes y unos 95.000 visitantes de 140 países en solo 12 años. Cada empresa y cada empresario sabe dónde tiene que poner sus inversiones para seguir manteniendo sus relaciones con clientes de todo el mundo. Para muchas empresas hay espacio para dos, otras han apostado ya solo por Fruit Attraction porque le sacan toda la rentabilidad allí y, por tanto, no es una guerra entre ferias sino un producto que ha de servir a las empresas en función de lo que estén buscando”.

### ■ FRUITS DE PONENT

**Josep Presseguer:** “En Fruits de Ponent hacemos mucha preferencia y mucha postferia. La verdad es que nuestra presencia física aquí lo que hace es poner en contacto toda la programación que empezamos a hacer a principios de año con lo que luego

va a ser la campaña. Por tanto, es muy importante que exista este eslabón de la cadena y casi es eso para nosotros Fruit Logística: el lugar donde se acaba de concretar lo que hemos hablado por teléfono, por correo o porque nos hemos encontrado en otro lugar. Para nosotros es un punto donde se concentra toda la información, toda la gente y de aquí sale la campaña ya encarrilada. Por tanto, para Fruits de Ponent es importantísimo estar en Fruit Logística y poder acabar las negociaciones en el cara a cara, hablando con la gente”.

### ■ GRAZIANI PACKAGING

**Roberto Graziani:** “A pesar de las alarmantes y confusas noticias relativas al coronavirus, la feria de Berlín se ha desarrollado de forma regular, al menos para nosotros. Se han llevado a cabo prácticamente todas las reuniones programadas para la feria y se han podido conseguir nuevos contactos. Nuestra ubicación dentro del pabellón 4.2 era perfecta, sobre todo gracias al flujo continuo de personas. A la fuerte preocupación, durante los últimos tiempos, por la situación hortofrutícola y climática italiana, ahora se une el creciente temor por la gran problemática que está creando el coronavirus a nivel económico y en el tráfico de mercancías. Por ejemplo, los contenedores de fruta enviados a China a menudo permanecen en los puertos sin descargarse, a veces incluso durante varios días. Del mismo modo, hay empresas que se encuentran sin componentes y materiales de diversos tipos para sus producciones. Esto está bloqueando en cadena todos los sectores de nuestra economía, ya en dificultad desde hace tiempo. Es necesario reconstruir

nuestro sistema económico y el modelo de negocio para valorar con firmeza el ‘Made in Italy’, que a menudo encontramos valorizado únicamente en algunos sectores específicos, pero que caracteriza nuestra agricultura y hortofruticultura italiana”.

### ■ GRUPO DIEGO MARTÍNEZ

“Quizá este año hemos notado que ha habido menos afluencia de gente, ya sabemos todos por qué. Pero los contactos que hemos hecho han sido mejores porque hemos podido atender mejor a la gente. Para nosotros, como integrantes del área de importación, esta feria es la más importante mientras que para los compañeros de nacional, por el momento en que se celebra, tiene más relevancia Fruit Attraction”.

### ■ GUSTAVO FERRADA

**Alberto Ramírez:** “Estamos contentos. Hemos visto menos movimiento de gente, pero, en líneas generales, hemos podido reunir a bastantes clientes y conocer a otros nuevos. Así que hemos cumplido las expectativas”.

### ■ HNOS. FERNÁNDEZ LÓPEZ

**Montse Montané:** “Una edición más Hnos Fernández López apuesta por las sinergias de Gruppo Orsero para presentar todo su catálogo de servicios, productos y marcas en Fruit Logística como distribuidor líder en la Europa mediterránea que conforman el auténtico valor añadido de nuestra gestión. Fruit Logística es sinónimo de punto de encuentro para un elevado número de nuestros colaboradores, clientes y proveedores para intercambiar impresiones, planificar el trabajo y recoger información sobre sus ideas, sus inquietudes y sus necesidades y, al mismo tiempo, atender aquellas posibles oportunidades de colaboración que se dan en un evento internacional del perfil de Fruit Logística”.

### ■ IGP CÍTRICOS VALENCIANOS

**José Enrique Sanz:** “La feria ha cubierto las expectativas que teníamos teniendo en cuenta lo que ha pasado con Asia. No sé si eso ha provocado que tuviéramos más entrevistas de europeos, pero es un mercado que nos interesa mucho. El mercado asiático tiene mucho potencial, pero tienes que tener muchas entrevistas para cerrar algo y que los almacenes estén dispuestos a exportar a China, aún cuesta mucho a las empresas valencianas exportar allí por protocolos, por logística... Es una pena que esto se corte: iba

(Pasa a la página 6)



www.sanifruit.com

UNA FRUTA SANA  
SIN RESIDUOS  
POSTCOSECHA

¡ ES POSIBLE !



**proexport**  
Hortalizas y Frutas de Murcia, España

*Aquí  
hay  
Calidad*



👍 153



## Más que nunca Conectados con la tierra

La auténtica realidad del sector hortofrutícola español sólo se verá reflejada con rigor en los medios, si todos comunicamos más y mejor. Por eso, Proexport renueva su web con temas que interesan a los profesionales del sector y a la sociedad, con artículos de firmas de prestigio que puedes compartir, con una imagen fresca y moderna adaptada a todos tus dispositivos. Y también por eso, nuestra actividad en redes sociales impacta ya a millones de personas, generando opinión y haciendo pedagogía sobre el fascinante y apasionante mundo hortofrutícola.

En Proexport estamos más que nunca conectados con la tierra. **Conéctate tú también.**

**proexport**  
Hortalizas y Frutas de Murcia, España

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

Síguenos en:

 **Proexport España**

 **@Proexport\_Spain**

 **proexportTV**

 **Proexport**

## Fruit Logistica 2020...

(Viene de la página 4)

a más y creo que esto puede frenarla. Pero, por nuestra parte, muy satisfechos. Hemos tenido muchas visitas, también de mayoristas de Alemania, de Italia, países nórdicos... He echado de menos algún cliente francés. En cuanto a entrevistas, tal vez un 10% menos que otros años, tal vez por miedo al coronavirus, pero muy interesantes. Tenemos una ubicación privilegiada y eso ha hecho que tuviésemos gente en todo momento”.

### ■ IGP POMA DE GIRONA

**Llorenç Frigola:** “Ferias como Fruit Logistica son el escenario ideal para buscar y captar clientes de exportación que valoren la categoría extra de calidad de nuestra manzana derivada de las excepcionales condiciones agroclimáticas de la zona de Girona, contando con la característica diferencial de unas condiciones de azúcar superiores a otras manzanas. Hemos cumplido con uno de nuestros principales objetivos que era promocionar la manzana de calidad de Girona destacando sus diferencias frente a la competencia y vincular la IGP Poma de Girona a marca de proximidad, confianza y aún más sostenibilidad. En Poma de Girona nos hemos comprometido a aumentar más la sostenibilidad de nuestras plantaciones de manzanas y el trabajo de nuestros productores con el objetivo de mitigar el cambio climático”.

### ■ INFIA

**Enrique Alegre:** “Fruit Logistica es el punto de unión de los mercados europeos con el mercado asiático junto todo el continente americano. Ello hace que el Grupo Infia, que exporta a más de 80 países desde su sede central en Italia S.r.l., apoyada desde Infia Ibérica en España, encuentre allí una fecha en el



El pabellón 18, con amplia representación española, estuvo entre los más transitados. / RAQUEL FUERTES

calendario para poder vernos con todos ellos. Es un placer poder vernos todos en Berlín para preparar las futuras campañas y presentarles nuestras novedades”.

### ■ JIMBOFRESH

**Miguel Ángel Jiménez:** “La feria es muy importante para nosotros por la fecha en la que se celebra porque la campaña del melón está por venir y es en estos momentos cuando llegamos a acuerdos con cadenas, fortalecemos la relación con los clientes y, además, tenemos una capacidad de reacción que, en otro momento de campaña sería muy complicado. Esta feria es un punto referente para el mundo de la fruta y verdura. Participamos en Fruit Logistica desde hace diez años, cuando se creó Jimbofresh. Y nosotros venimos casi desde que se inició la feria”.

### ■ LOS GALLOMBARES

**Pedro Sillero:** “A día de hoy, Los Gallombares lleva teniendo presencia en Fruit Logistica desde hace ya nueve años conse-

cutivos. Cada año es un desafío único en el que nuestra cooperativa transmite a sus clientes su profesionalidad, confianza y capacidad para satisfacer las necesidades que el mercado marca continuamente. Los Gallombares cuenta con más de veinte años de trayectoria y ha ido evolucionando hasta llegar a ser una de las mayores productoras y comercializadoras de espárrago verde a nivel nacional”.

### ■ MAF RODA

**Jaime Mendizábal:** “Esta feria siempre es interesante para nuestra empresa porque nos permite acercarnos a países a los que no tenemos la oportunidad de viajar muy habitualmente. Además, destacaría que hemos tenido unas visitas muy profesionales, de gente verdaderamente interesada en el producto. La verdad es que ha sido una feria muy productiva”.

### ■ MERCABARNA

Mercabarna y la Asociación Gremial de Empresarios Mayoristas de Frutas y Hortalizas de Barcelona y Provincia (AGEM)

han participado, una vez más, en Fruit Logistica. Uno de los objetivos de la participación en este certamen ha sido la presentación del Biomarket, el primer mercado mayorista de producto fresco ecológico de España, que Mercabarna inaugurará en junio. Con la presencia en la feria, Mercabarna y AGEM también han seguido reforzando el posicionamiento del recinto alimentario como la principal plataforma de importación y exportación de frutas y hortalizas del Mediterráneo. La feria también ha servido para hacer prospección del mercado, conocer nuevos productos y tendencias del sector hortofrutícola.

### ■ MSC

**Julio Néstar:** “Es muy importante para MSC estar presentes en Fruit Logistica y, sobre todo, estar cerca de nuestros clientes, ayudándoles a lograr nuevos retos y desarrollar nuevos negocios, con productos que pueden ser transportados a nuevos destinos con tiempos de tránsito mucho más largos. Invertimos en tecnología para garantizar el

mejor servicio, ofreciendo soluciones puerta a puerta y conectando el mundo”.

### ■ PERIS

**Alberto Montaña:** “Peris ha vuelto a Berlín con sus productos de 1 Gama como protagonistas ante clientes de mercados importantes de Centroeuropa y Canadá, principalmente. Este año se ha notado una afluencia menor de visitantes que no ha restado brillo a la atención prestada a calabazas, melones, apio blanco y sandías por parte de mayoristas centrados en el universo gourmet. Un año de transición dentro de nuestro proceso de expansión internacional que a buen seguro fructificará en los próximos meses con nuevos clientes efectivos”.

### ■ PLASTIDOM

**Helder Nico:** “Esta edición de Fruit Logistica cumplió con las mejores expectativas, incluso en tiempos complicados para viajar teniendo en cuenta las contingencias generadas por el coronavirus. Mantiene su relevancia para el sector frutícola como cita obligatoria año tras año”.

### ■ PROEXPORT

**Fernando Gómez:** “Nuestras impresiones son muy positivas. Acudimos, como todos los años, con el interés de generar confianza entre nuestros clientes y de captar potenciales clientes que acuden a la feria buscando productos y empresas como las nuestras. Ambas cosas se han conseguido. Este año estamos rodeados por la particularidad de las movilizaciones con las protestas del sector agrario en toda Europa (Alemania, Francia, Holanda y, ahora, España). Así, ha sido el momento de trasladarles a todos que el sector necesita del concurso de todas las partes para tener continuidad. Ser sostenible no solo en la parte medioambiental, que todo el mundo nos exige, pero también

**INFIA**  
Innovative Packaging Solutions

1

100%

recycled plastics

R-PET-100

en la social y económica, que es lo que le da continuidad en la inversión, a la vida en el campo, en las zonas rurales y en la capacidad de que los agricultores puedan ofrecer lo que ofrecen: producto de máxima calidad y sabor en Europa. Lo que nos transmiten los socios es que la mayoría de las reuniones previstas se han celebrado, que tan solo hubo las bajas por el tema del coronavirus de algunos clientes escandinavos. Y, por lo demás, decir que España sigue siendo una buena referencia, si bien en esta feria se nota mucho ya el interés de los compradores, sobre todo en la zona de ultramar, puesto que supone grandes ahorros para ellos a la hora de trasladarse y cerrar relaciones económicas aquí. Es un perfecto complemento para Fruit Attraction”.

#### ■ PUERTO DE BILBAO

**Cristina Ardeo:** “El Puerto de Bilbao y Mercabilbao han participado en Fruit Logística con el claro propósito de ampliar mercado y captar nuevos tráfico de frutas y hortalizas. En el caso del Puerto de Bilbao, nos hemos mostrado nuestra capacidad en infraestructuras y servicios para este comercio y, en particular, con el Reino Unido e Irlanda, mercados con los que se hemos reforzado los servicios y agilizado las operativas para atender la nueva demanda generada por el Brexit. En 2019, el tráfico del Puerto de Bilbao de frutas y hortalizas superó las 167.000 toneladas, un 7% más que en el ejercicio anterior. Un año más, los principales tráfico son las hortalizas; la partida de cebollas, ajos y puerros; los cítricos; las patatas y las lechugas. Entre los productos con mayor crecimiento se encuentran los cítricos; las cebollas, ajos y puerros; y los plátanos. El Puerto de Bilbao cuenta con las infraestructuras e infraestructuras necesarias para atender los tráfico de Reino Unido tras su salida de la UE cuando finalice el periodo transitorio. Reino Unido es nuestro principal mercado, con el que se movieron cerca de 3,4 millones de toneladas en 2019, y nuestros operadores ofrecen una gran conectividad con puertos británicos, concretamente con 49”.

#### ■ SAFTA

**Mariola Juan:** “Es una muy buena oportunidad para encontrarte con clientes y proveedores. En principio, no nos ha afectado el que viniese menos gente porque con quienes habíamos quedado han acudido. Fruit Logística nos sirve para reforzar los vínculos con nuestros clientes”.

#### ■ SAINT-CHARLES EXPORT

**Cyril Gornes:** “Saint-Charles Export ha estado presente, como todos los años, en Fruit Logística con una delegación similar a 2019. Si bien se ha constatado una fuerte caída en el número de visitantes, marcada principalmente por los temores relacionados con el coronavirus, la calidad de las reuniones ha sido reconocida por parte de nuestros asociados. Por otra parte, la

palabra clave en esta edición ha sido ‘envases’. De hecho, la actualidad manda y la sostenibilidad en los envases y embalajes ha sido el tema estrella en muchas de las reuniones y en las conferencias. En este punto, también ha sido muy apreciado por parte de los expositores y visitantes el gran número de empresas de maquinaria y materiales presentes en la feria, que este año han ocupado siete grandes pabellones en el nivel 1 de Messe Berlin. En conclusión, a pesar de tener pasillos menos concurridos, nuestros



Un momento de descanso en la feria es idóneo para hojear Valencia Fruits. / Ó. ORZANCO

asociados han quedado bastante satisfechos. Esta edición ha permitido intercambios más cualitativos, más específicos y más profundos de lo habitual. No permanecerá en los anales en términos de asistencia, pero aun así ha complacido a la gran mayoría de los expositores”.

#### ■ SANIFRUIT

**Javier Biel:** “Venimos ya desde hace cuatro años a Fruit Logística y lo hacemos, sobre todo, por el plan de in-

(Pasa a la página siguiente)

Tras una gran marca, están siempre las personas.

**BOUQUET**

**BOUQUET**  
Cultivamos futuro

**Anecoop**

En Anecoop somos productores y comercializamos nuestros productos. Un trabajo conjunto de muchas personas que lleva los mejores frutos del campo a la mesa.

Este esfuerzo integrado nos ha permitido poder ofrecer al mercado una completa gama de hortalizas de origen español, con volumen, continuidad y amplio calendario. El prestigio de una marca se gana por la gente que está tras ella.

## Fruit Logistica 2020...

(Viene de la página anterior)

ternacionalización que estamos realizando con el objetivo de encontrar partners alrededor del mundo, en los principales países de interés. También para hablar con los clientes internacionales, ver cuáles son sus inquietudes, si ha cambiado algo, si han aumentado las corrientes de residuo cero o de reducción de residuos. Hemos mantenido reuniones muy interesantes y cuando evaluemos resultados seguro que vemos que ha sido muy exitosa”.

### ■ SENSITECH

**Ralph Vosse:** “La feria Fruit Logistica es para nosotros una excelente oportunidad para enseñar a nuestros clientes a nivel global las últimas novedades y tecnologías que disponemos en soluciones de monitorización de la cadena de frío en tiempo real”.

### ■ SORMA

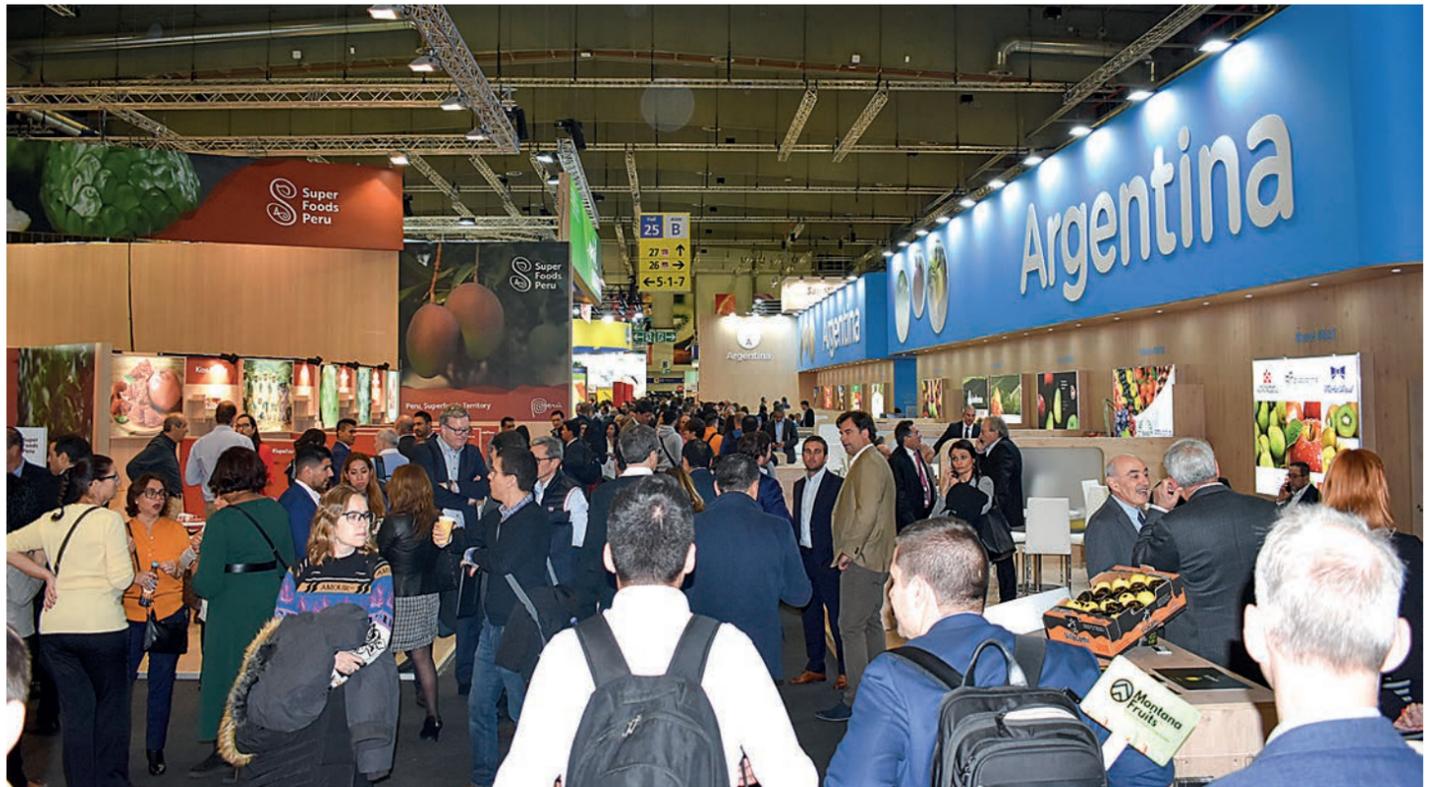
**Danielle Fabri:** “He visto Fruit Logistica con menos afluencia, pero siempre interesante. Para nosotros es fundamental esta feria para el desarrollo de futuras oportunidades e intercambio con supermercados para saber un poquito la dirección que van a tomar, aún un poco incierta”.

### ■ UNICOQUE

**Marie Mignano:** “La feria de Fruit Logistica ha estado marcada por el coronavirus. El feedback recibido no ha sido positivo. Nos estamos planteando ser expositores el próximo año”.

### ■ UNIQ

**Joaquín Fernández:** “Fruit Logistica es un foro al que siempre merece la pena venir. Llevamos viniendo desde el principio de la feria y el resultado es siempre positivo. Es un punto de encuentro perfecto para presentar nues-



Los pasillos de los países sudamericanos fueron los más transitados, algo que es una constante en esta feria. / RAQUEL FUERTES

tras innovaciones que tenemos en Uniq y los nuevos desarrollos que estamos generando, como las barquetas, que es el nuevo producto estrella que tenemos, y los platos de toda la vida, las cajas de Uniq. Seguimos promocionando el sello Uniq y el uso de cartón. Fruit Logistica es el foro internacional por excelencia para presentar este tipo de productos y el interés que estamos suscitando con los nuevos desarrollos y lo que ya veníamos haciendo desde hace tiempo ha tenido una muy buena acogida. Estamos muy contentos”.

### ■ VALENCIA FRUITS

**Raquel Fuertes:** “Este año hemos apreciado diferencias importantes en Fruit Logistica. Desde el punto de vista periodístico, los expositores han estado más accesibles y, en general, hemos podido apreciar, según nos comentaban nuestros clientes,

que puede ser más fructífero mantener menos reuniones, pero de mayor calidad, que mantener muchas reuniones sin cerrar negocios. En definitiva, parece que hemos pasado de la obsesión por las cifras y el crecimiento (expositores, visitantes, entrevistas, reuniones...) a un planteamiento en el que destaca la buena atención y aprovechar la oportunidad única que proporcionan las ferias para mantener contactos cara a cara y humanizar las relaciones profesionales. Al final, del problema del coronavirus se ha logrado extraer un buen resultado personal y empresarial y que muchos cuenten la feria entre las más positivas de los últimos años. Nuestro semanario, también”.

### ■ VERIPACK

**Javier Navarro:** “Este año, la afluencia de visitantes ha sido

menor debido a la alerta del coronavirus, sobre todo la de los profesionales asiáticos, y esto se ha notado en los pasillos de la feria de Berlín. En cuanto al Groupe Guillin, en esta edición hemos querido dejar constancia de que somos el grupo que apuesta realmente por la sostenibilidad, con garantías. Ejemplo de ello es la reciente alianza exclusiva con Bantam Materials UK Ltd, mediante la cual, a partir de ahora, nuestro grupo va a introducir también R-pet fabricado a partir del plástico recogido cerca de los océanos, mares y ríos. Como novedad en modelos de envases, hemos presentado la nueva cesta mono material para fresas que evita el uso de la ‘mantilla absorbente’ que es complicada de reciclar”.

### ■ VIP

**Fabio Zanesco:** “Fruit Logistica es la feria más importante

que tenemos, aunque también colaboramos con Fruit attraction, en Madrid, Pero este es un momento muy importante para nuestra campaña. Estamos en la parte central de la campaña y miramos con confianza la segunda parte. En Berlín vemos a nuestros clientes y presentamos nuestros desarrollos varietales. Hemos visto algo menos de gente, pero, en general, estamos muy satisfechos”.

### ■ VOG

**Walter Pardatscher:** “Esta ha sido mi primera participación en Fruit Logistica como director general de VOG. Ha sido, por tanto, una experiencia muy especial y significativa que me ha hecho, además, tomar conciencia de lo conocidas y apreciadas que son nuestras manzanas a nivel internacional. La cita anual en Berlín representa así mismo un momento fundamental para nosotros al poder reunirnos con clientes históricos y cultivar amistades consolidadas, pero también establecer nuevas relaciones y contacto comerciales. Este año, las reuniones mantenidas han sido realmente numerosas es por eso que quiero agradecer a todo el equipo de VOG presente en la feria la armonía y el buen trabajo llevado a cabo conjuntamente. Además, he notado que la atención creciente en la sostenibilidad de nuestros productos y de toda la cadena de suministro, el alto nivel de reputación que se nos reconoce ya desde algún tiempo, las inversiones que continuamos haciendo en diferentes áreas, son elementos que no pasan desapercibidos, y nos proyectan a esa posición de liderazgo en calidad y seguridad que ciertamente queremos mantener”.

### ■ ZUMEX

“La feria empezó bastante lenta, pero luego se fue animando en cuanto a visitas y ha habido momentos de no parar. Hemos tenido bastantes visitas para nuestro producto industrial, que es el motivo principal de nuestra participación en Fruit Logistica, aunque también hay potenciales compradores de supermercados. Para nosotros es la principal feria porque el interés está muy focalizado en este sector”.



Albaricoque Cereza Melocotón Nectarina Ciruela



Toda la información en:  
**www.ips-plant.com**  
Mail : [contact@ips-plant.com](mailto:contact@ips-plant.com)

Síguenos en   
**International  
PlantSelection**

# Otra interesante edición para Anecoop en la que ha sorprendido con sus nuevos productos

Su director comercial, Miguel Abril confirma que, a pesar de la menor asistencia de visitantes debido al coronavirus, Anecoop ha cumplido con su agenda de reuniones

► **NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.** El Grupo Anecoop ha sido fiel a su cita berlinesa a la que ha acudido con su tradicional espacio expositivo, que un año más ha sido uno de los más concurridos.

La edición de 2020 ha estado marcada por la alerta sanitaria del coronavirus, que ha supuesto la cancelación de una parte importante de los expositores asiáticos o la anulación de reuniones con compradores. Sin embargo, Miguel Abril, director comercial del Grupo Anecoop comenta que a pesar de ello "nuestro stand ha vuelto a tener lleno total durante toda la feria y hemos podido cumplir con la agenda prevista". También destaca la calidad de las entrevistas mantenidas: "reuniones realmente interesantes". Así las cosas, señala que "en general ha sido una edición satisfactoria".

Fruit Logistica, la feria mundial del sector hortofrutícola, es una cita ineludible. Abril la considera como una buena plataforma para realizar nuevos contactos y complementaria a Fruit Attraction, la otra gran feria para el grupo cooperativo. "En concreto Berlín, por fechas, es el momento para hacer el punto de la campaña y preparar las siguientes".

## ■ NOVEDADES

Anecoop ha aprovechado la cita en Berlín para lanzar sus novedades y presentar sus acciones en pro del consumo sostenible de frutas y hortalizas y un estilo de vida saludable.

Dentro de su amplia oferta hortofrutícola, este año, ha seguido potenciando sus líneas 'bio' y 'residuo cero', cuyo crecimiento continúa al alza gracias a una mayor demanda de este tipo de productos y que Anecoop, comprometida con la sostenibilidad del medio ambiente, está impulsando con fuerza entre sus socios productores.

**Miguel Abril considera que en general "ha sido una edición satisfactoria"**

En cuanto al espacio expositor destinado a la IV y V gama, envasada bajo su marca ¿Ysi? de Bouquet (Easy by Bouquet para mercados internacionales) este año las novedades han sido: la bebida probiótica de té fermentado Kim Kombucha, conocido por sus múltiples beneficios: ayuda a la digestión, es antibiótico, antioxidante y antibacteriano, que Anecoop ha presenta en dos tipos de envase de cristal, de 75 y de 25 cl, y con tres sabores diferentes, té Verde, Yuzu

con Hierbabuena y Mandarina con Jengibre.

Otra de sus propuestas diferenciadoras han sus

hamburguesas vegetales, que se distinguen por estar elaboradas con más del 60% de hortalizas y verduras, sin

mezclas de harinas, sojas y/o tofu, y sin buscar el sustituir la carne por otros productos de laboratorio.



Lleno total en el stand del Grupo Anecoop. / R. FUERTES



# DAUMAR

Packaging solutions

## e pack

AS-156

### 100% reciclable

Con posibilidad de utilizar material compostable

### El más ligero

3,2 g de material para envasar 2 kg de producto



SALES@DAUMAR.COM | WWW.DAUMAR.COM

# Sormapeel, el embalaje ultraligero y perfectamente reciclable de Sorma Group

Sormapeel es la solución del grupo en pro de la economía circular

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

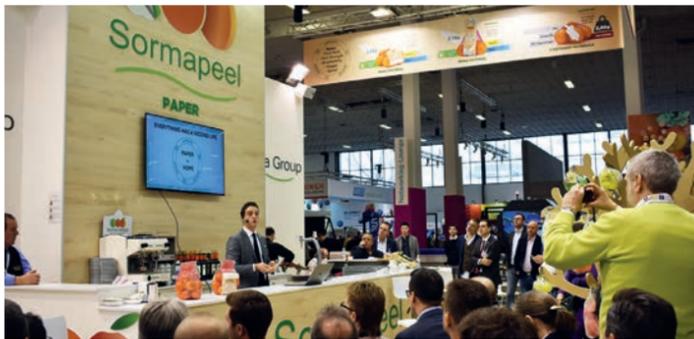
Sorma, grupo líder mundial en la proyección y fabricación de sistemas de envasado, selección y pesaje para el sector hortofrutícola, ha lanzado, con ocasión de Fruit Logística 2020, una novedad que va a revolucionar el ramo del empaquetado de fruta y verdura.

Se trata de Sormapeel, una inédita propuesta pendiente de patente desarrollada por el grupo romañés que, en beneficio de la economía circular y fruto de varios años de investigación en busca de soluciones funcionales y sostenibles, ofrece ventajas concretas a todo el sector hortofrutícola, así como a otros sectores: del envasado al consumo final, pasando por el reciclaje.

Sormapeel es la nueva cadena de empaquetado aplicable a toda la línea de máquinas Sorma dedicadas al envasado de fruta y verdura. Su adopción no requiere inversión nueva para modificar ni cambiar las máquinas de las que ya se disponga. Su segunda virtud estriba en las prestaciones que ofrece: la nueva solución, en efecto, mantiene las mismas características de visibilidad del contenido, transpirabilidad, resistencia, rapidez y fuerza propias de toda la línea de envasado de Sorma.

El contenido innovador viene dado por la introducción de una banda de papel que se puede retirar (de ahí el nombre, “Sormapeel”), es decir, fácilmente extraíble por parte del consumidor, quien podrá, por tanto, reciclar por separado y de modo rápido el plástico y el papel. Además, su composición media contiene menos de la mitad de plástico que los embalajes tradicionales y se puede reciclar por completo, en monomaterial, toda ella en PE (polietileno de alta densidad) o toda ella en PP (polipropileno), lo cual simplifica y agiliza el reciclaje del material.

La banda de papel, además, comporta múltiples ventajas. En primer lugar, además de que confiere solidez, permite disponer de una película plástica un 70% más fina de lo habitual: el papel protege la delgada capa de plástico que constituye la película. En segundo lugar, esta innovación, frente a otras posibilidades claramente más dispendiosas, permite moderar los costes (en línea con los propios de la empresa).



Stand de Sorma Group en Fruit Logística 2020 en la presentación de Sormapeel. / RF



El nuevo embalaje de Sorma introduce una banda de papel que reduce en más del 50% el plástico respecto a envases tradicionales. / RF

**Sorma ofrece una solución práctica, económica y reciclable al empaquetado**

Así pues, gracias a su menor contenido de plástico y a la parcial sustitución de este por papel, la nueva línea resulta ser ultraligera, más que las versiones de monomaterial y que las de poliácoplado heterogéneo no reciclable. Concretamente, los formatos de 1 kilo de Rosapack y de Sormabag, de 2,79 g y 2,22 g respectivamente, son más ligeros incluso que las mallas plásticas con grapa, que pesan 2,88 g y no se pueden reciclar. Sormabag de 1 kg, en particular, pesa menos que una moneda de un céntimo.

“Con Sormapeel —comenta Andrea Mercadini, consejero delegado del Grupo— podemos afirmar que hemos ganado una difícil batalla contra el tiempo y a favor del medio ambiente. Nuestro Grupo está comprometido desde hace muchos años en la búsqueda de materiales innovadores y soluciones que favorezcan la economía circular, cada vez más necesaria para la salvaguardia de los recursos de nuestro planeta. Hoy damos

un importante paso adelante porque, en un momento histórico en el que se está debatiendo profusamente acerca de los polímeros plásticos y su futuro, Sorma ofrece una solución que tiene en cuenta aspectos de lo más diversos en relación con el empaquetado: practicidad, economicidad y reciclabilidad. El hecho de que aúne todas estas ventajas la convierten en una solución real y eficaz que se puede aplicar a todos los ramos productivos. Conscientes de que se trata de una solución revolucionariamente innovadora, estamos tramitando la solicitud para patentarla”.

“Además, hemos empleado materiales de amplio consumo —prosigue Mario Mercadini, Large Scale Manager—, cuyo sistema de reciclaje está bien consolidado, permite manejarlos fácilmente y eliminarlos de manera efectiva, a diferencia de otros materiales, como los compostables, por ejemplo. En nuestra organización interna la innovación Sormapeel ha conllevado un cambio en el proceso productivo y ya estamos en condiciones de suministrar nuestro producto con continuidad a todos los clientes que estén interesados en el mismo, allí donde se encuentren, en cualquier país”.



El Congreso de Frutos Rojos se presentó un año más en Berlín. / VF

## El VI Congreso Internacional de Frutos Rojos se celebrará el 17 y 18 de junio

► VF. REDACCIÓN.

Freshuelva presentó en Berlín la sexta edición de su Congreso Internacional de Frutos Rojos, la cita global más importante especializada en el cultivo y comercialización de berries (fresas, frambuesas, arándanos y moras), que se celebrará los próximos 17 y 18 de junio en Huelva.

El gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, destacó la “ilusión” con la que afronta la 6ª edición, cuyo objetivo es “crecer a la par que lo hace nuestro sector”, e invitó a participar en esta edición que, “a buen seguro, servirá para avanzar en tener un sector de referencia por su calidad y buen hacer”.

Como patrocinadora institucional, la Diputación de Huelva mostró su respaldo a este sexto Congreso Internacional de Frutos Rojos que se celebrará en junio de 2020. Así lo expresaron el diputado de Estructura, José Manuel Alfaro, y la diputada territorial de la Costa, Bella Canales, quienes asistieron a la presentación del Congreso en Fruit Logística.

Alfaro destacó la importancia de este encuentro internacional que, por sexto año consecutivo, “ubicará de nuevo a Huelva en el epicentro de la agricultura y la comercialización de los frutos rojos, afrontando los nuevos retos y desafíos sobre un sector en el que somos líderes en toda Europa, y reuniendo en un mismo espacio a empresas productoras, comercializadoras y exportadoras, así como a compañías proveedoras y de servicios”.

El director de la Fundación Caja Rural del Sur, Emilio Ponce, felicitó a Freshuelva por su empeño y esfuerzo en un evento “cada vez más ambicioso” y a las administraciones públicas que lo respaldan. Para Ponce, la cooperación con los sectores económicos como la que

mantiene la Fundación Caja Rural con el sector resulta “fundamental” y apuntó a la salud generadora de valor, la innovación y la sostenibilidad como temas importantes que caracterizan al sector.

Por su parte, la consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de Andalucía, Carmen Crespo, acudió a la presentación del Congreso acompañada por el embajador de España en Alemania, Ricardo Martínez, y resaltó que los frutos rojos tienen un panorama “ilusionante”, animando a comunicar “lo importante de lo que hacemos”. La consejera defendió estos productos de calidad que generan más de 100.000 empleos en el mundo rural y fijan la población. “Somos pioneros en contratación en origen y producimos mirando a la sostenibilidad y a la calidad, con productos extremadamente saludables”, afirmó Carmen Crespo.

La titular del agro andaluz indicó que Huelva ha experimentado un crecimiento en exportaciones “muy importante”, pero animó a “seguir buscando y conquistando nuevos mercados para poder seguir creciendo”, y, para ello, la colaboración público privada “es fundamental”.

El Congreso Internacional de Frutos Rojos reúne a las empresas productoras, comercializadoras y exportadoras de fresas, frambuesas, arándanos y moras, junto con las firmas que prestan servicios a este sector, tales como suministros agrícolas, tecnología de regadíos, envases, transporte o seguros, entre otros.

Caja Rural del Sur es patrocinador principal exclusivo y cuenta con los patrocinios institucionales del Ayuntamiento de Huelva, la Diputación de Huelva y la Junta de Andalucía a través de la Consejería.

## Decco aprovecha la feria para promover sus soluciones orgánicas y cero residuos

► VF. REDACCIÓN.

Decco aprovechó Berlín Fruit Logística 2020 para presentar las últimas soluciones en el combate contra el desperdicio de alimentos y el alargamiento de la frescura de la fruta, y logró generar un interés considerable.

La compañía sigue invirtiendo en I + D con la intención de satisfacer las necesidades de un mercado increíblemente



Equipo internacional de Decco, en la edición Fruit Logística de este año. / DECCO

global, sin olvidarse de cuidar un enfoque regional en el que ofrecer soluciones a medida desde el campo, con las soluciones UPL, hasta la mesa.

Decco se anticipó a la “tendencia verde” y ya en 2012 creó la línea de productos DeccoNatur. Este año Decco ha aprovechado la proyección internacional de la feria para promover aún más sus soluciones orgánicas y cero residuos, buscando reforzar su posición como líder mundial de soluciones postcosecha.

También relanzaron, bajo la marca Naturcover que presen-

**Decco llevó a Berlín sus últimas soluciones contra el desperdicio de alimentos**

taron de forma pionera hace 6 años, nuevos y mejorados recubrimientos comestibles de origen natural.

Sin duda, Decco volverá a estar presente en Fruit Logística 2021, con nuevas tecnologías para facilitar la vida de la industria y sus necesidades en postcosecha.

**DIEGO MARTÍNEZ** / Director general de Grupo Diego Martínez

## “Estar en Fruit Logística es una ventana abierta al sector hortofrutícola”

Así define Diego Martínez, director general de Grupo Martínez, la presencia de esta empresa en Fruit Logística. Incentivar y fomentar la línea de importación y exportación, tener en cuenta criterios de sostenibilidad y respeto por el medio ambiente, y objetivos para este 2020.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

**Valencia Fruits.** ¿Qué persiguen con su presencia como expositores en Fruit Logística?

**Diego Martínez.** Estar presente en una feria internacional del perfil de Fruit Logística es una ventana abierta al sector hortofrutícola para presentar nuestro catálogo de productos y servicios y estar atentos al mercado. Cada año cerramos nuestra presencia con sensaciones positivas que durante el transcurso del año se van materializando. Trasladamos parte de nuestro departamento comercial a Berlín durante esos días de la feria.

**VF.** ¿Qué objetivos se han planteado para esta edición?

**DM.** En la misma línea que los últimos años. Hemos acudido a Fruit Logística con el objetivo principal de poder ampliar nuestra cartera de contactos, tanto clientes como proveedores, que encajen con nuestra filosofía de trabajo, incidiendo en sostenibilidad y respeto por el medio ambiente, y estudiar y analizar oportunidades de negocio, en especial en importación y exportación. También hemos cumplido una extensa agenda de reuniones con colaboradores actuales que nos permiten estar al día, hablar de las respectivas campañas, pulsar sus sensaciones...

**VF.** Ha nombrado sostenibilidad y respeto por el medio ambiente...

**DM.** Es un concepto que está muy presente no solo en el sector sino también en la sociedad. Existe una clara tendencia hacia aquellos métodos de producción, y otros ámbitos de las empresas, que se correspondan a indicadores de sostenibilidad, respeto por el medio ambiente y obtención de residuo cero.

**VF.** Habla de “en especial en importación y exportación”...

**DM.** Sí. En el conjunto de Grupo Diego Martínez la línea de negocio de importación y exportación dibuja una línea que año tras año continúa ascendiendo. De hecho, podemos hablar de consolidación y en esta consolidación Fruit Logística es una parte del engranaje. En este sentido, las ferias Fruit Logística y Fruit Attraction son una plataforma para potenciar nuestra línea de importación y exportación.

**VF.** ¿Con qué países trabaja?

**DM.** Nuestro principal destino son los países de la Europa tradicional encabezada por Francia, sobre todo la zona sur y mejor conectada con la unidad alimentaria de Mercabarna, Italia y Alemania. En menor volumen, están los países de este europeo. Luego países africanos de la corona del mar Mediterráneo como Marruecos y Argelia son otros destinos emergentes y con opciones de crecimiento.

**VF.** ¿Qué prevé para 2020?

**DM.** En un sector tan complicado y cambiante como el sector hortofrutícola es un

reto superar los indicadores del año anterior sin perder nuestra filosofía de empresa bajo la base de respetar el tra-

bajo y la profesionalidad de todos los agentes del sector y de ofrecer un gama de productos de calidad.



Diego Martínez, director general de Grupo Diego Martínez. / ARCHIVO

**PABLO GONZÁLEZ CONEJERO**  
CHEF CON 2 ESTRELLAS MICHELIN

**ESPERANZA RAMÍREZ**  
AGRICULTORA

# Gracias por el sabor que nos hace triunfar

EN OCASIONES NO ES FÁCIL ENCONTRAR LAS PALABRAS PARA AGRADECER TODO AQUELLO QUE RECIBIMOS DE NUESTRA TIERRA

Región de Murcia



Dan Mathieson, CEO de Zespri® durante la presentación de la nueva imagen de marca en Fruit Logística. / ZESPRI®

## Zespri® presenta su nueva identidad de marca

Esta renovación refleja la explosión de sabor que los consumidores experimentan al morder un kiwi Zespri®

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Zespri®, líder mundial en la comercialización de kiwi, ha lanzado en Fruit Logística una nueva imagen de marca por primera vez en sus 22 años de historia. Una marca renovada que proporcionará una sólida plataforma para afianzar el crecimiento de la compañía de los últimos años.

La nueva marca refleja mucho mejor el propósito de la compañía: contribuir a la prosperidad de las personas, de las comunidades y del medio ambiente mediante las bondades del kiwi.

Esta renovación incluye una nueva visión de marca, un nuevo eslogan y una nueva identidad visual que reflejan la explosión de sabor que los consumidores experimentan al morder un kiwi Zespri®.

Con unos ingresos operativos de 3.140 millones de dólares en el ejercicio 2018-2019, Zespri® avanza con paso firme hacia su objetivo de alcanzar los 4.500 millones de dólares en ventas en 2025, gracias al compromiso de producir kiwis de primera calidad por parte de sus 2.800 agricultores neozelandeses y sus 1.500 agricultores de otros países.

Jiunn Shih, director de desarrollo (CGO), afirma que la industria neozelandesa del kiwi ha invertido de manera significativa en el crecimiento de la marca Zespri® y que la nueva identidad de marca se ha diseñado para posicionar a la compañía en su siguiente fase de desarrollo. "Hemos constatado que los consumidores actuales toman decisiones de compra más meditadas y buscan marcas con un propósito y un sistema de valores con los que se sientan personalmente identificados".

"En Zespri®, estamos orgullosos de nuestros propósitos y nuestros valores, que incluyen nuestro papel como kaitiaki (guardianes) de las generaciones futuras, que los consumidores verán cada vez más presente en nuestra renovada identidad visual".

Shih explica que esta renovación ha sido un proceso largo,

que ha incluido un análisis sobre cómo conseguir que Zespri® conecte mejor con los consumidores a nivel emocional y construir una identidad de marca más fuerte e intuitiva.

"Confiamos en que la nueva marca satisfará no solo a nuestros leales seguidores, sino que también despertará el interés de otros nuevos, contribuyendo a que Zespri® destaque en el mercado de productos frescos para así seguir incrementando nuestra participación en el sector de la fruta a nivel global".

Los clientes y consumidores descubrirán un logotipo de Zespri® renovado, que consiste en un abanico verde, inspirado en el vibrante corte del kiwi con una explosión de diferentes tonos verdes y un símbolo rojo que refleja la energía y el dinamismo de la marca Zespri®.

La marca se aplicará de manera progresiva en los envases de Zespri® y en los distintos elementos corporativos y se introducirá en los mercados a partir de mayo de 2020. Zespri® realizará la mayor inversión en marketing de su historia para asegurar un fuerte impacto de marca y llegar al mayor número posible de consumidores.

La renovación de marca se produce después de que la compañía alcanzara por primera vez unos ingresos operativos de 3.000 millones de dólares y de que, a finales del año 2019, se anunciará que Zespri® comercializará una nueva variedad de kiwi rojo que jugará un papel muy importante a la hora de atraer más consumidores a la categoría del kiwi. La compañía también será la anfitriona de su conferencia del sector, Momentum 2020: Standing Up and Standing Out, que se celebra en Nueva Zelanda, donde se presentará la forma en que Zespri® se está transformando en una organización lista para afrontar el futuro en un entorno cambiante. Según Shih, "es un momento muy emocionante para Zespri® y para nuestra industria debido al gran desarrollo que hemos experimentado y a la creciente demanda mundial de productos nutritivos como nuestros kiwis Zespri®. Tenemos muchas ganas de compartir nuestra nueva identidad con los productores y los consumidores, así como de contribuir a la prosperidad de más personas, comunidades y del medioambiente a través de las bondades del kiwi en los años venideros".

## Sanifruit apuesta por la corriente "Residuo 0" en Fruit Logística

► **JOSÉ A NAVARRO. (\*)** Durante Fruit Logística Sanifruit presentó sus productos. En esta edición, Sanifruit ha puesto el foco en los productos adecuados para la corriente "Residuo 0", junto a los recubrimientos comestibles. Los productos más demandados han sido los que tienen que ver con la durabilidad de la fruta en el lineal, tanto fungistáticos como protectores contra el frío.

La asistencia ha sido elevada, con especial relevancia en

las empresas interesadas en la distribución internacional, habiendo llevado a cabo reuniones muy fructíferas, de las que alguna ha supuesto acuerdos de distribución.

En la post feria nos dedicaremos a cerrar los acuerdos planteados, dando la asistencia a Fruit Logística como muy positiva, que nos hace que en próximas ediciones volveremos a estar presente.

Sanifruit está presente en el mercado desde hace más de 30



Juan Marín, presidente de Proexport, atendiendo a los medios. / PROEXPORT

## "Las frutas y hortalizas que producimos en la Región de Murcia son insustituibles"

Las empresas de Proexport en Fruit Logística satisfacen las necesidades de los clientes internacionales con sus productos saludables y prácticas sostenibles.

► **VF REDACCIÓN.**

Los asociados de Proexport han vivido la feria internacional hortofrutícola de Berlín "como si el Brexit nunca hubiera ocurrido". Todos los miembros de la Asociación de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport) desplazados a Berlín han trabajado como siempre con sus clientes. El presidente de Proexport, Juan Marín, aseguró que se están celebrando "las mismas reuniones con los mismos clientes británicos con los que ya nos reunimos el año pasado y el anterior, hemos cerrado los programas de suministro para el próximo verano y los camiones están saliendo con la misma normalidad que antes".

Proexport desplazó a Fruit Logística, un total de 25 empresas asociadas y sus equipos comerciales para mostrar la gran variedad de frutas y hortalizas que ofrecen las empresas murcianas, que se producen atendiendo a las demandas de productos saludables y sostenibles que requiere el consumidor actual.

El presidente de Proexport, Juan Marín Bravo, sostiene que el sector ha mostrado a los clientes internacionales "cómo trabajamos para que el impacto de nuestra agricultura sea el mínimo posible

porque hacer una agricultura limpia, de calidad y excelencia no es fácil. Debemos extremar todas las buenas prácticas agrícolas que estamos haciendo para que la agricultura siga desarrollando su labor y, ante mayores exigencias, pues mayores esfuerzos".

El grupo de empresas asociadas a Proexport acudió a Berlín bajo el lema Quality is here (Aquí hay Calidad), poniendo en valor la calidad, sostenibilidad, innovación y sabor de las producciones murcianas.

Marín Bravo defendió que "a pesar de la sequía, las lluvias, la falta de recursos hídricos, las distintas administraciones, el veto ruso o el Brexit estamos aquí porque las frutas y hortalizas que producimos en la Región de Murcia son insustituibles. Tenemos frutas y hortalizas frescas, sanas, de garantía. Debemos restablecer los contactos con nuestros clientes a mitad de campaña con ilusión, con seriedad, con fortaleza. Garantizar el suministro y hablar con esos clientes. Murcia ofrece la garantía de suministro, calidad e innovación más avanzada de Europa y cuenta con un excelente clima que permite satisfacer a los consumidores europeos durante todo el año", señala.



José Antonio Navarro y Javier Biel en el stand de Sanifruit en FL 2020. / R. FUERTES

años, y sus productos han estado, desde el inicio, siempre basados en productos naturales, sin residuos y altamente eficaces, llevando a la empresa a ser refe-

rente en este tipo de tratamientos, tanto por su gama como por su efectividad.

(\*) Dtor. Comercial Sanifruit

# Pink Lady® , una marca comprometida

Pink Lady Europe ha presentado su carta de compromiso, que refleja sus valores y responsabilidades sociales y ecológicas

► JULIA LUZ, REDACCIÓN.

Pink Lady Europe tiene claro sus pilares fundamentales: el consumidor, los productores, los territorios y el medio ambiente. La sostenibilidad y el respeto por las personas y la naturaleza son parte de su esencia. Así lo recogen en su carta de compromiso, que han presentado en Fruit Logística. La asociación sin ánimo de lucro se compromete a garantizar un producto seguro y de calidad procedente de una producción sostenible y ecológica.

Con la carta, Pink Lady Europe desea aumentar la sostenibilidad en todos los procesos de la cadena de producción, desde el trabajo en los campos hasta la distribución, pasando por las estaciones de embalaje. Con el análisis de todas las fases de la cadena, las experiencias de productores y las alianzas con expertos del sector, la asociación consigue hacer partícipes a todos sus miembros en el nuevo compromiso por la sostenibilidad.

La Carta de Compromiso de Pink Lady Europe cuenta con 14 medidas para fomentar una verdadera responsabilidad ecológica y social.

**“Respetar intereses de productores, distribuidores y consumidores”**

Los catorce acuerdos están divididos en cuatro secciones: medio ambiente, mediante una arboricultura responsable y una reducción de plásticos desechables pretenden mejorar su impacto en el medio ambiente; desarrollo económico y social a nivel local, mantener y garantizar el trabajo en los huertos es una acción fundamental para la asociación, así como la promoción entre jóvenes fruticultores; avances para los productores, apoyar la sostenibilidad de las explotaciones, una remuneración adecuada de todos los miembros y la mejora continua de sus condiciones laborales; y transparencia y la confianza en los consumidores, pues garantizar un producto saludable, natural y de alta calidad es primordial para mantener una relación de proximidad y confianza con el consumidor.

El presidente de la asociación, Didier Crabos, describe el acuerdo unánime que ha supuesto la Carta de Compromiso: “Desde el principio, Pink Lady Europe se ha caracterizado por respetar con equidad los intereses de productores, distribuidores y consumidores. La Carta de Compromiso es otro paso en esta tradición y un impulso positivo para nuestra comu-

nidad Pink Lady® global”. La marca ya ha empezado a poner en práctica alguno de sus compromisos, entre ellos, vender tres nuevos embalajes

libres de plástico. Una bandeja de cartón con certificación 100 % FSC, una bandeja termosellada de materiales completamente compostables y



Este año Pink Lady ha convertido su stand en una galería de arte de la marca. / RF

una bolsa flowpack también compostable. Con esto, la asociación satisface las expectativas de los consumidores y refuerza su promesa de sostenibilidad.

Otro de sus objetivos es la trazabilidad de cada manzana Pink Lady® desde el huerto hasta la tienda. De este modo, los consumidores podrán encontrar y seguir el rastro de todas las etapas de producción y distribución, con una total transparencia sobre el origen y la cadena de suministro de su manzana Pink Lady.

  
**intermas®**  
netting your future

**PACKAGING**

**Mallas Extruidas y Bandas Impresas**  
para vestir tus productos con elegancia



Consulta todas nuestras soluciones en:

[www.intermas-packaging.com](http://www.intermas-packaging.com)

[packaging@intermasgroup.com](mailto:packaging@intermasgroup.com)



# AGREGAR VALOR DE LA CADENA DE SUMI



## NEAR-HARVEST

Protección solar  
Productos para reducir el estrés por calor / sequía y Radiación UV



## CENTRAL HORTOFRUTÍCOLA

Sanitización / desinfección y productos de limpieza

Recubrimientos naturales para reducir la deshidratación y podridos

Fungicidas biológicos y convencionales para prevenir la descomposición

Tecnología de equipos patentada y en propiedad



## ALMACENAMIENTO

Productos de almacenamiento para prevenir la descomposición, pérdida de firmeza, reducir escaldaduras y la germinación



## TRAN

Saniti  
etilen  
contr  
podri

Monit  
datos  
camb  
temp



# R EN CADA PASO MINISTRO DE ALIMENTOS



## TRANSPORTE

Sanitización,  
llenado y  
control del  
residuo

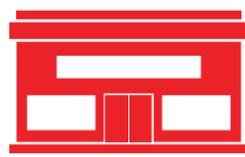
Monitores de  
datos para  
cambios de  
temperatura



## EXPORTACIÓN

Sanitización, etileno  
y control de  
descomposición,  
monitores de datos  
globales

Envío a casi todos  
los principales  
mercados de  
exportación



## CENTROS DE DISTRIBUCIÓN / MINORISTAS

Sanitización /  
desinfección

Productos para  
reducir la cantidad  
de esporas

Control de  
patógenos humanos  
y vegetales en las  
cámaras de  
almacenamiento



## NUEVOS Y MEJORADOS RECUBRIMIENTOS COMESTIBLES DE ORIGEN NATURAL BAJO LA MARCA NATURCOVER

Recubrimientos comestibles formulados a partir de ALIMENTOS o sus derivados. Cubren la fruta con una película delgada creando dentro una ATMÓSFERA MODIFICADA, lo que reduce la tasa de respiración y la deshidratación de los productos recubiertos.

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



**DECCO** ofrece una amplia gama en ceras, recubrimientos comestibles, fungicidas, detergentes y desinfectantes para el tratamiento de cítricos, fruta de pepita, fruta de hueso, melones, etc. También desarrolla y fabrica equipos y maquinaria postcosecha que aseguran la mayor eficiencia en los tratamientos. **Pero la principal característica que identifica a DECCO es la vocación de "servicio a sus clientes" para mejorar la sanidad y presencia de la fruta.**



/ Tel. (+34) 961 344 011

info@deccoiberica.es /  
www.deccoiberica.es /



**DECCO**   
Naturally Postharvest



El equipo de International Plant Selection que visitó Fruit Logística 2020. / IPS

## IPS pone en valor su principal criterio de selección: la calidad gustativa

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Uno de los gerentes de IPS, Alexandre Darnaud, en declaraciones a Valencia Fruits señala que “con el fin de perpetuar nuestra posición como líder del mercado, seguimos con nuestra estrategia ofreciendo una oferta de variedad cualitativa en diferentes zonas climáticas con información que va desde la fruta (calidad de sabor, sobre todo) hasta los árboles (consistencia de producción); la resistencia o la tolerancia a enfermedades”. Hoy en día, el mundo de la creación de variedades es complejo ya que tal como explica Darnaud: “las ofertas de variedades son numerosas, el mercado de

la fruta de hueso está en crisis y el productor debe tomar la decisión solo sobre la orientación de la variedad, una elección que resulta bastante complicada en un contexto donde el error en el campo puede ser fatal para la vida de la plantación”.

En cuanto a la presente edición de Fruit Logística, Edwige Rémy, responsable del área Italia y Europa del Este, además de responsable de comunicación de IPS, apunta que “la empresa ha consolidado su estrategia centrada en la ‘calidad de la oferta varietal’. Esta estrategia nos permite ofrecer interesantes propuestas varietales como la ciruela Polaris® (origen Star-

grow), muy interesante para los productores españoles, franceses e italianos. Tiene un periodo de madurez de +7 en relación a la Fortune y su fruto tiene excelentes cualidades organolépticas”. En cereza, la gama ‘Royal’ está teniendo mucho éxito con la variedad autofértil y tardía, Royal Edie (cov). Rémy explica que se trata de “una cereza con muy buenas cualidades aromáticas, un calibre dominante de 30 mm y una buena tolerancia al agrietamiento”.

En cuanto al albaricoque, “en los últimos diez años se ha registrado un fuerte desarrollo varietal y hoy el mercado es más complejo y con un crecimiento más lento”, asevera Julien Darnaud, también gerente de IPS. En este grupo, la gama varietal de Carmingo® y Rubyngo® continúa liderando las ventas. Como novedad, IPS ha presentando Carmingo®Primassi (cov) de excelente calidad de sabor que llega en la misma época que Carmingo®Pricia (cov). Es una variedad autofértil y resistente al sharka (según el protocolo Ctifl 2017-2019) con una notable tolerancia al agrietamiento, y que está cosechando grandes éxitos entre nuestros productores y los propios consumidores”.

En definitiva, “en IPS seguimos confiando en el futuro y continuamos enfocando nuestras áreas de investigación en la calidad gustativa, la seguridad de la producción y la adaptación al clima”, concluye Alexandre Darnaud.

## Simeón Saloni, de Sime Travel: “En este sector la gente es muy trabajadora y necesita disponibilidad total”

► RAQUEL FUERTES. BERLÍN. Simeón Saloni, de Sime Travel, es un agente de viajes especializado en el sector hortofrutícola, de hecho, él dice que la suya es una agencia “agrícola y ganadera”, que lleva unos 15 años organizando viajes a Fruit Logística, aunque su labor con profesionales del sector la desempeña a lo largo de todo el año y también tiene mucho peso en Fruit Attraction. Lo que al principio eran unas pocas habitaciones en Berlín se convirtió en apenas dos años en un viaje organizado para centenares de profesionales del sector hortofrutícola español que viajan a Berlín “sin tener que preocuparse de nada. Porque para mí lo importante es su comodidad, que durante el viaje solo tengan que trabajar, yo me encargo del resto”.

En la modalidad de viaje que organiza Sime Travel, el profesional tiene el avión directo a Berlín, la habitación de hotel y los traslados tanto a la feria como al aeropuerto. Un modelo de viaje que muchos aprovechan para charlar con viejos conocidos e, incluso, iniciar nuevas relaciones comerciales en los escasos momentos libres que deja una feria tan exigente en esfuerzo y horarios como Fruit Logística.

Saloni destaca una vez más la importancia de la comodidad, “quien va a una feria de estas características, con todo tan milimetrado, con tanta exigencia de agenda, debe tener todo



Simeón Saloni, supervisando el acceso al avión a pie de pista. / SIME TRAVEL

el tema del viaje controlado para poder despreocuparse y dedicarse a vender su producto. Ellos no tienen que pensar en nada que no sea su negocio”.

Simeón Saloni es de Tavernes y esta especialización en el sector le vino por tratarse de una zona citrícola. Año tras año, cada vez se ha hecho más cómplice del sector: “Al final creo que he entendido cómo es este sector. Es gente muy trabajadora y necesitan que tengas disponibilidad total porque ellos trabajan también a toda hora. Ellos ponen muchas horas”.

Pero no todo se acaba en Berlín. Ni siquiera en la organización de viajes con todo planificado a Madrid en Fruit Attraction. El profesional hortofrutícola español viaja mucho durante todo el año y contar con una agencia especializada le ayuda a ser más eficiente. “Hoy cualquiera se puede sacar un vuelo por inter-

net o reservar una habitación. Pero luego, cuando hay cualquier cambio o contratiempo se pierde un tiempo muy valioso y cada vez hay más personas que prefieren contratar los servicios de una agencia que va a solucionarles este tipo de situaciones que perder horas suyas de trabajo. Ven que, al final, sale mucho más caro hacerlo por su cuenta y genera un estrés innecesario”.

Se muestra muy orgulloso de sentirse parte del sector hortofrutícola: “A veces siento como si fuera uno más de la familia con mis clientes. La gente de este sector es muy buena gente”, asegura mientras empieza a pensar cómo mejorar, si cabe, las experiencias del viaje a Madrid, a Singapur y a Berlín, al tiempo que organiza viajes para esta misma semana para profesionales de un sector que recorre el mundo constantemente.



Durante Fruit Logística se mantuvieron muchas reuniones interesantes. / RF

## La CVVP se consolida como referente en la gestión de variedades vegetales

► RAQUEL FUERTES. BERLÍN. La Compañía de Variedades Vegetales Protegidas A.I.E (CVVP) ha vuelto a participar en Fruit Logística Tres días en los que CVVP se consolida como una de las compañías referentes en la gestión de variedades vegetales.

Actualmente, la gestión de variedades, por parte de CVVP, engloba desde las más veteranas, Nadorcott y m7 hasta las incorporaciones más recientes, el limón Summer Prim y la mandarina Leanri. Además, ahora cuenta con tres nuevas variedades de kiwi con gran futuro en la agricultura de la Península Ibérica. Se trata de dos variedades

de kiwi amarillo y una de kiwi rojo que se comercializarán bajo la marca Kibi.

Todas estas variedades fueron las que acompañaron a CVVP en su participación en Fruit Logística. Una dosis de innovación, tecnología y nuevas fórmulas que, sin duda, han sorprendido gratamente al sector agroalimentario internacional.

En este tipo de eventos, CVVP exhibe todo lo que es capaz de ofrecer para y por este competitivo sector y establece fuertes vínculos con sus clientes que confían en la compañía, para el desarrollo y valorización de sus variedades.



Frutinter desplegó un numeroso equipo en Berlín. / RAQUEL FUERTES

## Una feria más tranquila según la visión de Frutinter

► OO / RF. REDACCIÓN. El equipo de Frutinter considera que esta edición ha sido más ‘tranquila’, debido en gran parte al coronavirus, pero también opina que la feria de Berlín ha tocado techo, al menos para los intereses de la propia empresa. “Sinceramente, pensamos que está perdiendo un poquito de poder de concentración de clientes, sobre todo para nosotros, porque la feria de Madrid viene mejor en cuanto a temporalidad y para nuestro tipo de clientes en España y en Europa. Es más fácil y completa para nosotros Fruit Attraction”, apunta David Usó.

Vicente Mingarro, responsable de Marketing de Frutinter, apunta que Fruit Logística sigue siendo positiva para “la prospección de mercado en busca de clientes internacionales para nuestros productos, el afianzamiento de los clientes ya existentes y la programación de la segunda parte de la campaña”. Como en cada feria, comentan que intentan captar algún cliente nuevo, aunque la mayoría de contactos son de empresas con quien ya trabajan. Entre los nuevos, apuestan por las cadenas europeas de distribución

porque, por su situación geográfica, son a quien mejor pueden servir y donde quieren hacerse grandes. En referencia al Brexit, Mingarro manifiesta que la ausencia de un acuerdo comercial al término del periodo de transición supondría la imposición de derechos de aduana sobre los productos de la UE importados en el Reino Unido y sobre los productos de UK importados en la UE, que actualmente son ventas dentro de la UE.

Jordi Bosch, director Comercial, declara que “hemos observado una feria más tranquila y con menos participantes” y añade que a nivel técnico-comercial, “hemos observado que el área productora de cítricos coincide en avisar de un descenso en la producción que afectará al suministro en algún momento dado. El coronavirus ha provocado que el tráfico marítimo con China pueda plantear problemas y que no puedan descargarse los buques por la falta de distribución de mercancías a la llegada que puede provocar retrasos en los retornos de contenedores, crear falta de disponibilidad en fechas venideras y las exportaciones pueden verse afectadas”.

# Sostenibilidad y reducción del desperdicio alimentario marcan los encuentros de Fomesa Fruitech

El equipo de Fomesa visitó de nuevo Fruit Logistica para dar a conocer sus productos

## ► FOMESA FRUITTECH.

Fruit Logistica continúa siendo la feria de referencia del sector frutas y hortalizas a nivel mundial, con unos 3.300 expositores, procedentes de 93 países, ubicados en 27 pabellones. Sigue creciendo cada año, representando una gran oportunidad para vernos con clientes, proveedores, analizar tendencias de mercado, competencia...

Los principales retos a los que se enfrenta el sector actualmente son la sostenibilidad y la reducción del desperdicio alimentario. Problemas que marcaron muchas de las reuniones que mantuvimos y para los profesionales que desde Fomesa Fruitech venimos trabajando en los últimos años, siendo pioneros en el desarrollo de diferentes líneas estratégicas como:

**Greenline:** protección natural y baja toxicidad, que ayuda a mantener la eficacia y disminuye el riesgo de resistencias al escaso número de productos fitosanitarios autorizados en postcosecha, tratando de dar respuesta a una demanda cada vez mayor de consumidores.

Destacan principalmente, los recubrimientos especiales **Waterwax VG**, cera al agua, a base de aditivos alimentarios, especial para veganos. **Greengard Coat**, preparado a base de productos alimenticios que forma una película de alto brillo y permeabilidad selectiva en la superficie de los frutos y hortalizas, mejorando su aspecto y



Una parte importante del equipo directivo y comercial de Fomesa se desplazó a Berlín. / FOMESA

## La sostenibilidad y la reducción del desperdicio alimentario marcaron las reuniones

retrasando el envejecimiento, al controlar la pérdida de peso mediante la reducción de la transpiración y de la respiración, alargando de esta forma la vida comercial de la fruta. Es, pues, un recubrimiento comestible que, en el caso de la postcosecha, abre un gran abanico de expecta-

tivas que van desde, el uso más seguro de los recubrimientos de acuerdo a las exigencias de los consumidores, hasta la posible aplicación de esta técnica a frutas y hortalizas en las que los productos tradicionales no están autorizados.

**Greengard-LC**, formulado para aplicación en drencher o balsa, que da una protección extra en las medias conservaciones, elemento fundamental para mantener la calidad externa de la fruta durante el proceso de comercialización.

**Fruitfog:** Protección de la

fruta sin vertidos, ya que el vehículo de aplicación del tratamiento es el humo y cuyos principales beneficios son:

- Sistema rápido, cómodo y seguro, pues puede aplicarse como tratamiento de recepción (evitando el uso de agua y de vertidos) o como retrainimiento (evitando la manipulación de la fruta, reduciendo el desperdicio alimentario por daños mecánicos al pasar la fruta por línea para tratarla).

- Ahorro de tiempo y costes
- Una menor exposición del operario

Línea compuesta por fungicidas y desinfectantes, estos últimos decisivos en la lucha contra el desperdicio alimentario, garantizar la inocuidad de los alimentos y evitar que puedan causar toxiinfecciones

La mejora continua en equipos es otra de las piezas clave en nuestra lucha por la sostenibilidad y la reducción del desperdicio alimentario, buscando una mayor eficacia y eficiencia en los resultados. Así pues, logramos un mayor control de los parámetros en desverdizado y conservación con nuestro **Fruitcontrol Bricam**, pudiendo controlar todos los parámetros desde el teléfono móvil, facilitando el trabajo a los técnicos y permitiendo un almacenamiento de datos para su análisis posterior o ante cualquier posible problema detectar rápidamente el fallo y solucionarlo. **Variline Optical Control** para la aplicación de tratamientos on line que, mediante visión artificial, permite adecuar la dosis al flujo exacto de fruta a la entrada del aplicador o **Varidip**, que garantiza un tratamiento uniforme y controlado para toda la fruta tratada durante la jornada, reduciendo los riegos de deficiencias o excesos, optimizando el uso de fungicidas y disminuyendo los vertidos.

Otra de las novedades para el mercado español presentadas este año son los Módulos de Atmósfera Controlada de Janny MT, para alargar las conservaciones y buscando rentabilizar al máximo las producciones. Está despertando el interés de los productores de uva, cereza, berries, lechuga, espárrago, brócoli entre otros...

En definitiva, más de 65 años de experiencia ofreciendo soluciones a la vanguardia de la postcosecha en los 5 continentes, con una vocación de servicio y atención al cliente, son la garantía en nuestro compromiso por reducir el desperdicio alimentario y apoyar la sostenibilidad.

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](http://msc.com/reefer)

**MOVING THE WORLD, TOGETHER.**



Los máximos representantes del área de Agricultura del Gobierno valenciano, liderados por el president Ximo Puig y acompañados por el embajador de España en Alemania, visitaron Fruit Logística e hicieron patente su apoyo al sector hortofrutícola valenciano. / FOTOGRAFÍAS: ÓSCAR ORZANCO

# El Gobierno valenciano apoya la internacionalización del sector hortofrutícola

El president de la Generalitat, Ximo Puig, destaca en la feria de Berlín la ambición permanente de las empresas valencianas por abrir nuevos mercados

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. El Gobierno valenciano ha apoyado, por quinto año consecutivo, la labor de internacionalización que las empresas de la Comunitat Valenciana realizan en Fruit Logística. Un total de 85 firmas, que ocuparon más de 6.000 metros cuadrados de exposición, 30 de ellas agrupadas en el stand oficial de la Generalitat, mostraron su amplia oferta de frutas, hortalizas, maquinaria, servicios logísticos o soluciones para la postcosecha.

El president de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig; la consellera de Agricultura, Mireia Mollà; el embajador de España en Alemania, Ricardo Martínez; acompañados por el secretario Autonómico de Agricultura, Francisco Rodríguez Mulero; el director general de Agricultura, Roger Llanes; y el director general de Desarrollo Rural, David Torres, realizaron un recorrido por la feria en el que visitaron a un gran número de las firmas expositoras de la Comunitat Valenciana en Berlín.

En su recorrido, el titular de la Generalitat destacó que el mercado alemán es prioritario para la Comunitat Valenciana, ya que un 20% de las exportaciones del sector agroalimentario llegan a este país. Además, subrayó que “en Fruit Logística se ve con claridad la potencia del sector hortofrutícola valenciano, y esa ambición permanente por abrir nuevos mercados y fortalecer la internacionalización”.

Asimismo, el president explicó que se necesita “un mercado más internacionalizado y más conectado en todos los ámbitos posibles, por lo que estamos exigiendo a países como Estados Unidos que acaben con su polí-

tica proteccionista que, además, es contraria al interés general del comercio y a la legalidad internacional”.

Ximo Puig destacó que la Comunitat Valenciana es un territorio “con una vocación agraria clara que ha sabido transitar hacia la modernización. Y, aunque ha tenido que afrontar muchos problemas como el conjunto de las agriculturas europeas, estamos convencidos de que la

fuerza, la capacidad de innovación y la relación que existe entre calidad y precio van a ser determinantes para tener este espacio de futuro”.

En este sentido, el responsable del Consell destacó la fortaleza de la agricultura valenciana, que el año pasado, a pesar de las dificultades climatológicas y de mercado, “registró un crecimiento cercano al 5%. Es un sector muy importante para la Co-

munitat porque genera mucho empleo y, sobre todo, identidad”.

Por otro lado, Ximo Puig también señaló la importancia de revisar los hábitos de consumo. “Esta feria, a la que he acudido durante los últimos cinco años, se encuentra claramente direccionada hacia la sostenibilidad en todos sus ámbitos. Hemos visto cómo las grandes empresas valencianas y el conjunto de pequeñas compañías y coopera-

tivas están pensando en cómo abordar el tema del plástico y buscan alternativas biodegradables que atiendan a criterios de sostenibilidad. Y, en esta línea, la producción ecológica también va ganado dimensión en toda Europa”, afirmó Ximo Puig.

## ■ REEQUILBRAR EL SISTEMA

En su visita a Fruit Logística, el president de la Generalitat Valenciana también se pronunció sobre la crisis que ha llevado a los agricultores a la calle denunciando una situación insostenible. Ante este grave problema, Ximo Puig aboga por la negociación y la concertación para acabar con los desequilibrios en el mercado agroalimentario y así mejorar la posición de los agricultores. Por ello, el president explicó en Berlín que desde la Generalitat “se va a trabajar conjuntamente con el sector para conseguir desde el diálogo esa concertación necesaria para hacer justicia”.

El president indicó que “es fundamental que haya un criterio de igualdad y de racionalidad en todo lo que es la cadena alimentaria. No es posible que el principal protagonista, que es el agricultor y el productor, sea quien obtenga menos beneficio en el mercado agroalimentario. La oferta está muy diversificada y la demanda muy concentrada, lo que produce un desajuste que hace que, en estos momentos, los productores tengan menos posibilidades de defender una posición más equilibrada”.

En este sentido, el titular del Consell afirmó que “hay que reequilibrar el sistema, pero en una sociedad de mercado resultado complicado porque la administración no puede actuar directamente. Es muy complicado fijar precios. La normativa no lo permite”. Por ello, para conseguir este objetivo defendió que “es necesario dialogar y ver cómo todas las partes acaban teniendo un beneficio que haga posible esa armonía necesaria a la hora de combinar la competencia con la cooperación”.

Asimismo, subrayó que “existe un malestar desde hace años



ya que hay un problema grave, porque todo el mundo tiene derecho a una vida digna". Por ello, abogó por facilitar desde las administraciones públicas el diálogo y destacó el compromiso de la Generalitat Valenciana y del Gobierno de España para "facilitar que se produzca ese encuentro", así como para impulsar que los clientes, "que, al final, son los que marcan el momento económico, sean conscientes de la calidad y el beneficio que aportan los productos de proximidad".

"Sin cohesión y sin justicia el que acaba perdiendo es el ciudadano, porque no tendrá productos de calidad. Sin productores no habrá agricultura", advirtió el presidente, que aseguró que "Europa ha de proteger su agricultura con el objetivo de proteger la alimentación y la seguridad alimentaria".

**POTENCIAR LA ESTRUCTURA AGRARIA VALENCIANA**

Por su parte, la consellera de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, Mireia Mollà, destacó en Berlín, en referencia a la crisis que atraviesan los agricultores, la voluntad del Consell de potenciar la estructura agraria valenciana. "Los agricultores deben saber que cuentan con un Gobierno que está a su lado, trabajando para que la agricultura valenciana cuente con estructuras mejores y más fuertes. También queremos dejar constancia a las instituciones europeas de que la Comunitat Valenciana posee unas singularidades y complejidades que deben ser reconocidas y valoradas", señaló la consellera.

Asimismo, Mollà destacó las dificultades de los agricultores para obtener beneficios de su producción. "Reivindicamos, como están haciendo los propios agricultores, precios dignos para sus producciones de alta calidad. No podemos ver cómo en la cadena de distribución, el consumidor final está dispuesto a pagar unos precios buenos que, posteriormente, al agricultor se le reducen de manera drástica", afirmó la titular de Agricultura.

Además del trabajo que se debe desarrollar a nivel estatal y de la Unión Europea para dar respuesta a este problema, Mollà señaló que "el Gobierno valenciano va a desarrollar líneas de ayudas orientadas a la reducción de los costes de producción a través de la eficiencia energética". De esta manera, la Generalitat Valenciana pretende articular también líneas de compensación al sector agrario "para reducir los efectos en circunstancias sobrevenidas como las que produce el cambio climático".



Muchas de las empresas valencianas presentes en Fruit Logística recibieron la visita del president y de los principales responsables de la Conselleria de Agricultura.

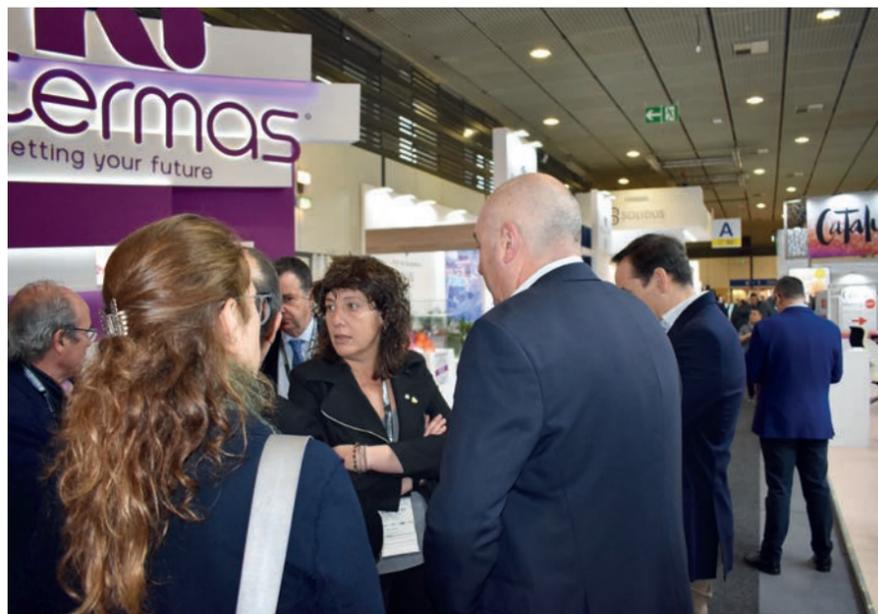


**PAMPOLS**  
PACKAGING INTEGRAL

El mejor packaging para sus cítricos



Envíos a toda España en 24/48h  
+ Info: 902 401 777  
www.pampols.es



# Los políticos tampoco faltan a su cita con Fruit Logística

Andalucía, Cataluña, Extremadura o Murcia recibieron la visita de sus políticos

## NR. REDACCIÓN.

Las principales autoridades de las Comunidades Autónomas y de los departamentos de Agricultura de las zonas productoras presentes en Berlín visitaron la feria para apoyar al sector hortofrutícola español.

## ■ ANDALUCÍA

La consejera de Agricultura, Carmen Crespo viajó a Berlín para acompañar a las empresas andaluzas en Fruit Logística y recaló la relevancia de acompañar a los empresarios que “hacen un esfuerzo por estar en esta feria. Una cita internacional para continuar avanzando en la apertura de mercados emergentes y la fidelización de los actuales”. De las 73 entidades andaluzas presentes en esta edición, 43 de ellas acudieron de la mano del ejecutivo autonómico a través de Extenda.

Crespo aprovechó su presencia en Berlín para reafirmar el deseo del Gobierno autonómico de “ayudar al sector” y trasladarle un “mensaje de optimismo” basado en las posibilidades que tiene el agroalimentario andaluz.

Al hilo de esta afirmación, apuntó que, a pesar de que para el sector de las frutas y hortalizas “no ha habido una campaña buena, tenemos una exportación mayor y estamos abriendo mercados emergentes”.



En plena temporada de protestas en nuestro país por parte de los productores por los bajos precios que reciben, las autoridades políticas regionales han ratificado, en la feria de referencia, su compromiso con el sector hortofrutícola. / FL

**Las autoridades autonómicas destacan el peso de la exportación de frutas y hortalizas**

**También quisieron mostrar su total apoyo a un sector estratégico para la economía**

## ■ CATALUÑA

La consejera catalana de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, Teresa Jordà, se desplazó a Berlín para mostrar su apoyo al sector catalán en Fruit Logística. Visitó las 41 empresas catalanas participantes, de las cuales 23 exponían bajo la marca Cataluña en el stand de Prodeca. La consejera también se reunió con Edeka, la mayor corporación alemana de supermercados con el fin de promover la venta de fruta catalana. En esta línea, Teresa Jordà aprovechó esta edición de

Fruit Logística para anunciar nuevas acciones para que los agricultores de fruta catalana puedan disponer de recursos para hacer frente a la crisis del sector e hizo un llamamiento al Ministerio de Agricultura para afrontar coordinadamente una campaña difícil marcada por los excedentes de producción y los bajos precios.

## ■ EXTREMADURA

El jueves, 6 de febrero, la Consejera de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio,

Begoña García, visitaba Fruit Logística, donde participaron 22 empresas de la región en el espacio agrupado de la Junta de Extremadura, además de otras que asistieron a título individual. A todas ellas, les trasladó el apoyo de la administración extremeña para potenciar un sector clave para la región, consciente de la preocupación existente por los bajos precios que se están pagando.

La participación de las empresas hortofrutícolas extremeñas, dada su importancia sobre todo en el sector de fruta de hueso, se hace imprescindible en este evento de relevancia mundial para expandir oportunidades de negocios, actualizar conocimientos y ampliar cartera de contactos.

## ■ REGIÓN DE MURCIA

El presidente de la Región de Murcia, Fernando López Miras, fue otras de las autoridades que visitó la feria. Desde Berlín, el presidente murciano destacó que “una de cada cuatro frutas y verduras que salieron de España al extranjero durante el 2019 fueron producidas en la Región de Murcia”, lo que ha permitido que “a pesar de los retos y desafíos a los que nos hemos enfrentado en el último año, las exportaciones han vuelto a crecer y nuestros productos están más presentes en todo el mundo”. “Hemos superado un nuevo récord”, remarcó. “Desde Berlín estamos mostrando al mundo la clave del éxito de nuestro sector hortofrutícola”, aseguró López Miras, quien explicó que “contamos con un modelo basado en la profesionalidad de agricultores, productores y exportadores, consolidado y con futuro, gracias a la innovación y sostenibilidad de nuestros cultivos”.

# FRUIT LOGISTICA 2020



# álbum

FOTOGRAFÍAS: GUSTAVO CÁRDENAS, LUCAS RUBIO y RAQUEL FUERTES

## Actel



## Agiles



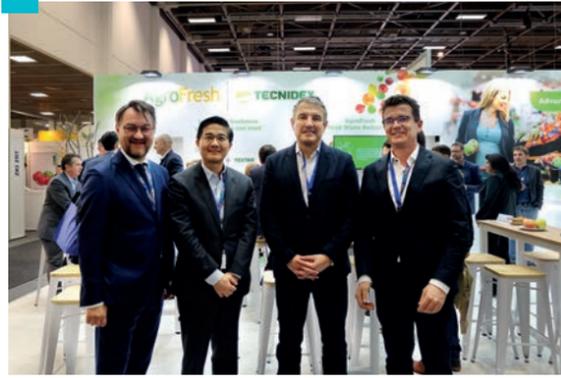
## Agragex



## Agralia



## Agrofresh



## Agromediterránea



## Agroponiente



## Anecoop



## Apoexpa



## Arc Eurobanan



## Armando Álvarez



## Asociación Española del Kaki



## Asociex



## Blue Whale



## Bollo



**Brunilda**



**Cambayas**



**Cañamás**



**Casi**



**Caustier**



**Cesurca**



**Ché Fruits**



**Citrosol**



**Clementoni**



**Consell Català Producció Integrada**



**Consofrut Polska**



**CVVP**



**Dasben**



**Daumar**



**Daymsa**



**Decco**



**Diego Martinez**



**Difrusa**



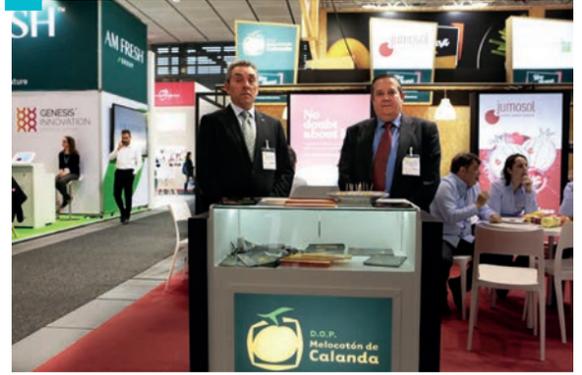
**DO Granada Mollar de Elche**



**DO Kaki Ribera del Xúquer**



**DO Melocotón de Calanda**



**Ecoplas**



**Edeka**



**Escrig Gourmet**



**Estiria Team**



**Euro Pool System**



**Eurosemillas**



**Evelina**



**Excofrut**



**Fashion**



**Fedemco**



**Fomesa**



**Fresas Nuevos Materiales**



**Freshuelva**



**Fresón de Palos**



**Fructicola Empordà**



Fruit Attraction



Fruites Font



Fruits de Ponent



Frutaria



Frutas David



Frutas Ponti



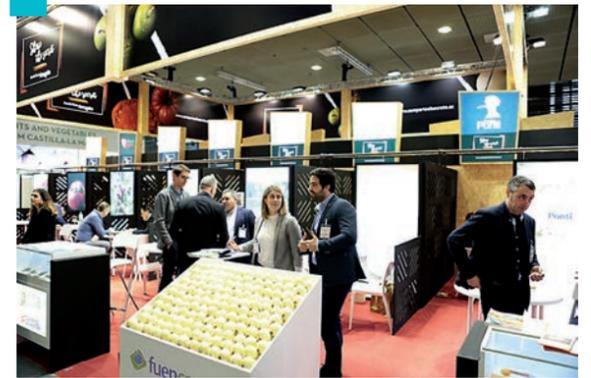
Frutas Torero



Frutinter



Fuencampo



García Ballester



Giró



Girona Fruits



Giropoma Costa Brava



Graziani



Greefa



Grupac



Grupo Caliche



Grupo Catalá



Grupo La Caña



GTO



Gustavo Ferrada



Hepro



Hermanos Fernández López



Huercasa



Idai Nature



Ifco



IGP Cítricos Valencianos



Infia



Intermas



IPS



Jimbofresh



Kanzi



Kolla



Kropfl



Lacour



Langard



Los Gallombares



Madremia



Maf Roda



Maison Lecouffe



Masegosa Frutas



Mercabarna



Montosa



MSC



Nature Fruits



Nufri



Patatas Aguilar



Peiró Camaró



Peris



Pilarín



Pink Lady



Planasa



Plastidom



Plátano de Canarias



Ports of Spain



Primaflor



Primland



Prodeca



Proexport



Provedo



Puerto de Bilbao



Puerto de Castellón



Reyes Gutiérrez



Safta



Saint-Charles



Sanifruit



Sanlúcar



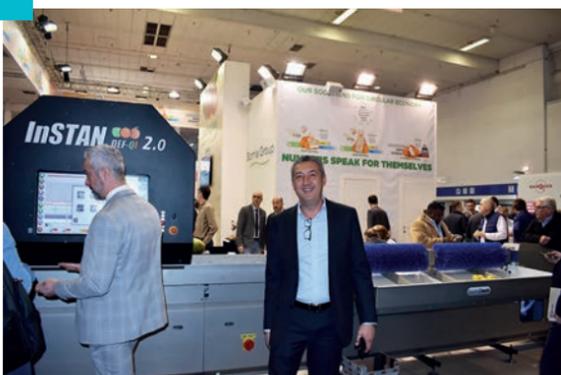
Sensitech



Smurfif Kappa



Sorma



Strauss



Surinver



Talleres Oliver



Tenrit



Tomra



Trops



Unica



Unicoque



Uniq



Unitec



Valencia Fruits



Valencia Port



Veripack



VIP



Viyefruit



Vog



Zalama



Zespri



Zumex



Zummo

