

valencia fruits

5 de mayo de 2020 • Número 2.893 • Año LVIII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Las heladas, el granizo y las altas temperaturas de la primavera provocan descensos en todas las zonas productoras europeas de albaricoque. / ARCHIVO

La cosecha europea de albaricoque presenta una disminución del 37%

La producción prevista para esta campaña se sitúa en un volumen de 401.883 toneladas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las previsiones europeas de cosecha de albaricoque presentan un descenso estimado del 37% en toda Europa respecto a la producción obtenida el año pasado. La combinación de un invierno con pocas horas de frío, altas temperaturas primaverales, heladas y granizos con afectaciones en diferentes regiones europeas, sitúan la cosecha europea de albaricoques de este año en un volumen global

de 401.883 toneladas, lejos de las 640.000 toneladas de la pasada campaña y un 28% por debajo de la media de los últimos años. Para encontrar otra temporada con un nivel similar de producción hay que remontarse al 2003 y al 1998 con 390.000 y 365.000 toneladas respectivamente.

En el análisis por países, se observa un descenso generalizado. España cosechará un total de 93.7400 toneladas de albaricoque

La cosecha de este año se sitúa lejos de las 640.000 toneladas de la pasada temporada

(un 15% menos) con un descenso de la producción en todas las zonas causado por la climatología del invierno y la primavera.

En Italia, el principal productor, se prevén cosechar 136.101 toneladas de albaricoque, con un descenso del 56%. Por su parte, Francia obtendrá 93.542 toneladas, y presenta una reducción del 29%. Por último, Grecia prevé una producción de 78.500 toneladas de albaricoque, un 13% menos respecto a las cifras de la pasada campaña.

Más información en página 8



Esta semana

3 Las cotizaciones medias de los cítricos continúan al alza. El aumento de la demanda y la reducida oferta favorecen el incremento de los precios

El plátano de Canarias incrementa su participación en el mercado español durante el primer trimestre

4 Las ventas de frutos rojos onubenses disminuyen pero mejoran los precios para el agricultor

6 "Poco ha durado el reconocimiento". Artículo de opinión de Cirilo Arnandis

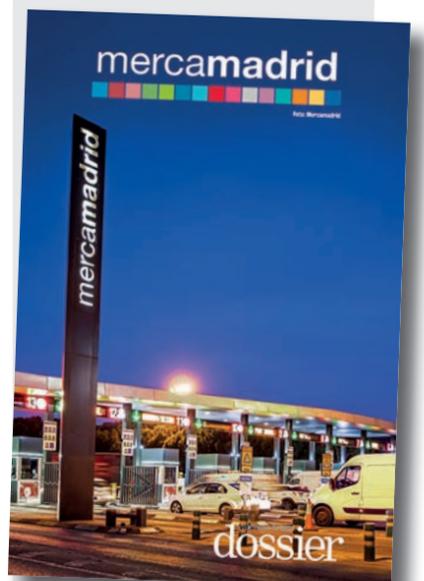
9 "El espejo de Italia". Artículo de opinión de Cristóbal Aguado

El chancro bacteriano destruye todos los cerezos de una localidad de Zaragoza



7 Cereza de Gaspe

La cereza temprana de Gaspe inicia una campaña incierta por la merma de cosecha y la falta de temporeros



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	8
Agrocotizaciones:	10
Noticias de empresas:	14



**FOMESA
FRUITECH**
Your postharvest partner since 1955

Excelencia en
productos postcosecha

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



valencia fruits

Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

JOSÉ LUIS SANTILLANA VILLAR

RAFAEL CABO CORTELL

MARÍA ROSA MONTÓ CAMARENA

■ preimpresion@valenciafruits.com

Administración

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

Distribución y Suscripciones

FERNANDO MELIÁ CAÑADA

■ distribucion@valenciafruits.com

Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ rocio.ferrer@valenciafruits.com

BENILDE PASCUAL FERRER

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

■ info@valenciafruits.com



SUCRO

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: Mediterráneo Proceso Gráfico

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

Empresa Asociada:



OPINIÓN

Reinventemos el futuro

Por GONZALO GAYO

Somos un gran equipo. Estamos dando una enorme lección al mundo y a nosotros mismos como un pueblo ejemplar y responsable que avanza día a día en la lucha contra esta pandemia mundial. Nada de lo conseguido sería posible sin el sacrificio de todos y cada uno de los españoles que han entendido que esta guerra la ganamos desde la unidad y la solidaridad. Esta es la gran fortaleza que ha quedado acreditada y que ya forma parte de nuestro ADN para afrontar los grandes retos que se avecinan en el siglo XXI. Podemos afrontar un futuro de incertidumbres y de recesión mundial en los próximos meses y años con garantías de éxito. Debemos felicitarnos por todo ello. No ha sido, ni está siendo fácil. Hemos ido aprendiendo de nuestros aciertos y errores. Sabemos que esta crisis es de una complejidad infinita y con un alto precio en vidas humanas.

Ahora es un tiempo pausado para recuperar nuestra nueva vida cotidiana. Tenemos que incrementar la responsabilidad individual y colectiva como hasta ahora. Es importante que sigamos las recomendaciones de las autoridades sanitarias, del Gobierno y de nuestro buen sentido común por el bien de todos y de cada uno. Es vital también que iniciemos el camino de repensar y reinventar el futuro de todos para que nadie quede atrás.

Debemos exigir la misma ejemplaridad y esfuerzo para que las fuerzas políticas dialoguen hasta la extenuación. Tienen que alcanzar consensos por el bien de los ciudadanos, y especialmente en defensa de los más débiles. Acuerdos y diálogos que se deben plantear en todos los ámbitos y rincones de este país, desde nuestros barrios, pueblos, ciudades, regiones hasta llegar a Europa.

Es la hora de la otra gran batalla para vencer a una recesión que va a requerir de ingentes esfuerzos económicos desde la solidaridad de todos para vencer y conquistar el futuro.



Equipo Voley en la Universidad de Valencia, ejemplo de unidad y solidaridad. / GG

Europa tiene que entender que no hay atajos, ni medias verdades. El camino es estrecho y la salida solo será posible con el esfuerzo de todos. Lo contrario, será el suicidio de Europa si los egoísmos ganan la batalla a la solidaridad.

Alemania y Holanda deben entender que no están hoy para dar lecciones. Su falsa superioridad moral y económica recuerda las peores páginas de la historia de Europa. Alemania no será nada en el mundo sin una Europa fortalecida tras esta crisis. Tampoco Holanda debe dar lecciones y sí explicaciones de los 22.000 millones de euros que evaden sus obligaciones fiscales utilizando regulaciones creadas para evadir impuestos de las grandes multinacionales.

Arjan Lejour, profesor de Finanzas Públicas en la Universidad de Tilburgo explicaba esta semana en el diario El Confidencial que Holanda es responsable del 15% de la evasión fiscal global, lo que supone 22.000 millones de euros que dejan de ingresar las arcas públicas del resto de estados. Holanda se ha convertido en el mayor proveedor mundial de servicios para la evasión fiscal del planeta. No es casual que Reino Unido haya optado por un Brexit para potenciar junto a los países bajos, Taiwán, Suiza, Singapur e Irlanda en los circuitos de la evasión fiscal, repartiéndose el botín de las grandes corporaciones mundiales que utilizan naciones

para mejorar sus beneficios. Esta crisis mundial pone en evidencia una soterrada guerra que plantean grandes corporaciones que dominan la globalización frente a Estados que utilizan como felpudos a su servicio. Los holandeses hacen gala de su deslealtad con Europa añadiendo la insolidaridad que declaran para afrontar la reconstrucción de Europa. Al final deberán elegir entre Europa o Google.

Europa tiene que actuar para seguir siendo Europa. Tenemos la oportunidad de avanzar en un gran proyecto de los ciudadanos europeos que permita conquistar juntos la prosperidad y derechos para las futuras generaciones, con la valentía y generosidad.

Europa debe afrontar un Plan Marshall para el siglo XXI. Tenemos que trazar la senda del futuro frente a un nuevo mundo multilateral y de grandes corporaciones que anhelan el poder mundial en sus manos.

Afortunadamente, Europa está condenada a un gran acuerdo para afrontar esta recesión y la salida del túnel. Lo podemos hacer, y lo vamos a hacer. Incluso, Alemania y Holanda lo saben y así lo manifiestan talentos de prestigio. Las mejores mentes están en ello y es la presidenta de la Comisión Europea, Ursula Von der Leyen y el Parlamento Europeo quienes liderarán con éxito este reto histórico. Es vital que esta semana lle-

guemos a un gran acuerdo europeo. Aun así, se avecinan tiempos difíciles que requerirán de más consensos a todos los niveles. Hay que despejar el camino de la financiación, de la solidaridad y de la concreción de planes para reinventar el futuro desde cada pueblo hasta Europa.

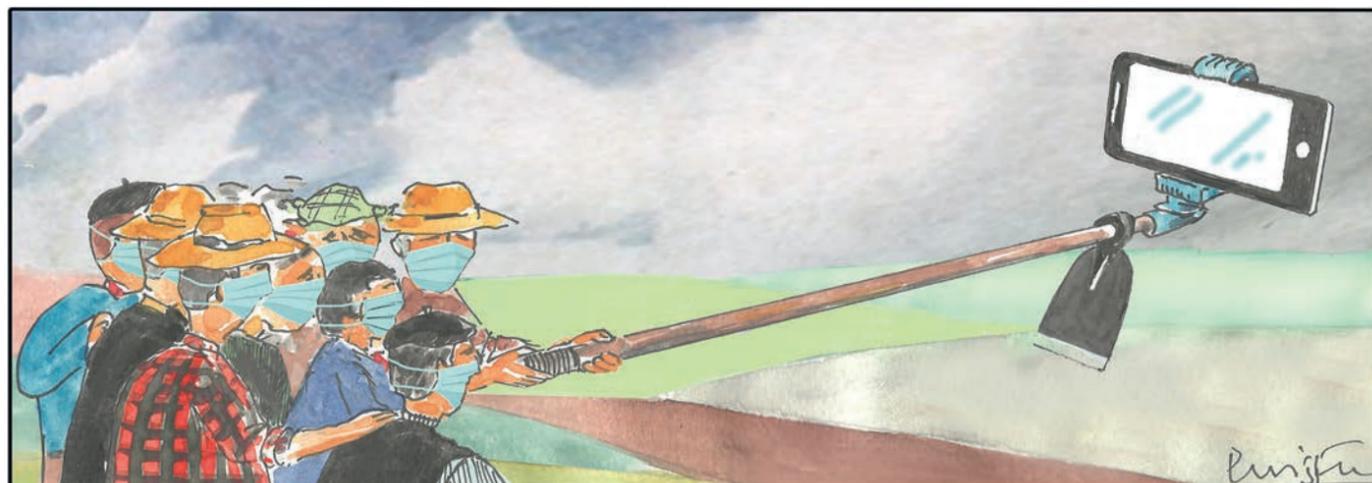
Nadie dijo que la solución sería fácil, pero Europa debe entender que o salimos todos juntos sin que nadie quede atrás o no saldrá nadie, incluidos alemanes y holandeses.

España tiene la ardua tarea de alcanzar un gran acuerdo y que requiere de las mejores mentes para allanar el terreno a unos Pactos de la Moncloa para el siglo XXI. Necesitamos una hoja de ruta que llene de certidumbres el futuro con propuestas e ideas valientes, asumibles y que generen prosperidad y empleo. Es necesaria una revolución digital que nos sitúe en la vanguardia del siglo XXI, en la sostenibilidad de un turismo que debe anticiparse a un futuro lleno de incertidumbres, la modernización de una agricultura capaz de potenciar el repoblamiento rural creando oportunidades y para un sector agroalimentario que será motor de progreso. Hay que vislumbrar los caminos de una mayor competitividad de nuestras empresas con el autoabastecimiento con energías renovables, incorporando nuevas tecnologías del conocimiento para conquistar el mundo. Hay que potenciar redes logísticas eficientes que permitan a nuestros productos llegar a cada rincón del planeta. Es inaplazable el liderazgo que las mujeres deben desempeñar aportando en todos los ámbitos el talento hasta ahora desaprovechado. Es necesario tomar conciencia del papel fundamental de los medios de comunicación y apoyar el periodismo para combatir con la verdad a la pandemia de las falsedades. ¡Queda tanto por hacer!

Tenemos que actuar como un gran equipo dispuesto a darlo todo hasta la victoria final.

Hay todo un futuro que reinventar y construir, aprendiendo de nuestros errores y aciertos, pero con la certeza de que unidos lo conseguiremos, como hemos hechos hasta ahora desde la ejemplaridad de un gran pueblo que actúa como un gran equipo para que nadie quede atrás.

LA PLANTA BAJA



Agrocomercio

Las cotizaciones medias de los cítricos continúan al alza

El aumento de la demanda y la reducida oferta de esta campaña favorecen el incremento de los precios

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las cotizaciones medias de los cítricos siguen al alza, al igual que la demanda desde que se inició el Estado de Alarma, y se espera que se mantengan así hasta el final de la campaña. Esta tendencia, unida al descenso del volumen de producción de agrinos andaluces en el ejercicio actual, tendrá como resultado un adelanto del final de la temporada 2019/2020. La fruta en campo se sigue recolectando a buen ritmo a pesar de las lluvias intermitentes de los últimos días y en los almacenes se sigue trabajando a marchas forzadas para cubrir los pedidos de los clientes.

La campaña se ha dado por finalizada ya en Córdoba mientras que en el resto de provincias se continúan recolectando los cítricos más tardíos, como son el limón Verna, las naranjas Valencia Late, Barberinas o Midknight e híbridos y mandarinas como por ejemplo Tango, Afourer-Nardcott y Orri.

El informe de seguimiento del sector de los cítricos, publicado por el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, refleja que en la semana diecisiete de 2020 (del 20 al 26 de abril) las cotizaciones medias de los cítricos en campo siguen, en general, una tendencia positiva. Una situación generada, por un lado, por el aumento de la demanda y la reducida oferta y, por otro, por el incremento de la proporción de volumen comercializado de las variedades más tardías de cítricos, cuyo valor comercial es superior a las anteriores. En concreto, en la semana 17 los precios medios de los cítricos en campo aumentan un 16% con respecto a la semana



Las cotizaciones medias de la temporada actual son superiores a las registradas en la campaña 2018-19, un ejercicio con precios especialmente bajos. / ARCHIVO

Las cotizaciones medias de los cítricos en árbol son un 132% superiores a las registradas en 2019

na precedente. En este sentido, destaca el incremento medio del 19% en el valor de la naranja en árbol, que alcanza un valor medio de 0,44 euros/kg. En los casos de la mandarina y el limón, este aumento del precio es de un 14%, registrando un importe medio de 0,88 euros/kg y 0,57 euros/kg, respectivamente.

Si se comparan estas cotizaciones con las registradas en el

Los almacenes siguen trabajando a marchas forzadas para cubrir los pedidos de los clientes

mismo periodo de la campaña precedente, se constata que, como se viene observando desde el inicio de la campaña, las cotizaciones medias de la temporada actual son superiores en valor. En este sentido, y dejando al margen las incidencias del COVID-19 en el mercado, la Junta de Andalucía apunta que hay que tener en cuenta que la campaña 2018/19 fue un ejercicio de

cotizaciones especialmente bajas. En general, las cotizaciones medias de los cítricos en árbol en la semana 17 de 2020 son un 132% superiores a las registradas por estos mismos productos en el mismo periodo de 2019. En concreto, la mandarina registra un incremento medio del 144%, mientras que la naranja y el limón lo hacen en un 132% y 119%, respectivamente.

■ **ALMACENES**

Los almacenes de Andalucía continúan a plena carga, aunque a un menor rendimiento debido a las medidas de sanidad aplicadas para garantizar la seguridad de los empleados. No obstante, con-

tinúan entrando nuevos pedidos y fruta de campo, por lo que se espera que este ritmo se mantenga así hasta el final de la campaña.

Por lo general, el informe de la Junta señala que las cotizaciones medias de los cítricos a la salida de los almacenes se mantienen al alza, aunque el incremento medio sea inferior al registrado en origen. Así, el valor medio de los cítricos a la salida de la central de manipulación en la semana 17 se ha incrementado un 11,3% con respecto a la semana precedente, hasta registrar un precio de 1,10 euros/kg. En este capítulo, resalta el incremento del 24% en las cotizaciones del limón manipulado, debido a la menor oferta en el mercado europeo y al final de la campaña del limón Fino, cuyo valor comercial es menor. En el caso de la naranja y la mandarina, las cotizaciones medias a la salida de la central de manipulación han aumentado un 5% de media, registrando un valor medio en la semana 17 de 0,80 euros/kg y 1,25 euros/kg, respectivamente.

Comparando estas cotizaciones con las del mismo periodo de la campaña precedente, se observa que, al igual que en ocurre en campo, las cotizaciones en la campaña actual son significativamente superiores a las registradas en la temporada 2018/19, en la que, como se ha indicado, fueron notablemente inferiores. En la semana 17, este incremento de las cotizaciones de cítricos entre ambas campañas se traduce en un 102% de media, destacando el incremento del 144% en el valor del limón envasado, seguido del 98% en la mandarina y del 63% del precio medio de la naranja.

El plátano de Canarias incrementa su participación en el mercado español en el primer trimestre

El plátano canario ha acaparado el 62,1% del consumo

► VF. REDACCIÓN.

Los hogares representan más del 96% del consumo de plátano y banana en España, por lo que Asprocan utiliza como referencia principal de tendencias el Panel de Consumo en Hogares de Kantar World Panel, el cual es utilizado también como fuente de datos por parte del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Según esta fuente, el consumo total nacional de plátano y bana-

na (categoría) en los hogares de la Península a cierre de la semana 12 del año, fue de 144.199.800 kilos, de los cuales, el plátano representó un 62,1% del total.

El incremento de participación del plátano en el mercado peninsular en el periodo fue por tanto del 2,7%, una cantidad significativa si tenemos en cuenta que la categoría también creció en más de un 8% durante este periodo, pasando de 133.462.380ki-

los en 2019 a 144.199.800 kilogramos en 2020.

El plátano es producto fresco que tiene una vida útil muy limitada y que no permite su almacenamiento en cámaras, por lo que desde la Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias (Asprocan) se realiza un seguimiento continuo del mercado de cara a informar a las empresas comercializadoras de Plátano de Canarias (OPPs)

con información lo más actualizada posible para que estas puedan adoptar las decisiones de comercialización con un rango de datos amplio y estandarizado.

■ **VOLÚMENES Y RENTABILIDAD**

Consideradas las informaciones de volumen es necesario contrastar estos datos con los niveles de precio en verde obtenidos pues el objetivo de volúmenes de mercado debe equilibrarse con la prioridad sectorial de sostener un precio en verde rentable para los productores.

En este sentido, el precio en verde medio acumulado de Plátano de Canarias en la Península a cierre del tercer trimestre fue aproximadamente de 0,69 euros/kg para las categorías superiores por lo que el objetivo de equilibrio rentabilidad mínima vs. cuota aplicado por el sector se

El plátano es un producto fresco que tiene una vida útil muy limitada

situó por debajo de los niveles límite. En este mismo periodo (semanas 1-12), el sector se vio abocado a tener que aplicar medidas de gestión de crisis de precio con retiradas de mercado del 2% respecto del total de oferta productiva disponible en ese periodo. Estas retiradas fueron cubiertas en todo lo posible con donaciones a bancos de alimentos en función de la disponibilidad de los propios bancos. El precio de venta al consumidor en Península de Plátano de Canarias se situó de media en el periodo en 2,13 euros/kg.

Las ventas de frutos rojos disminuyen pero mejoran los precios

La comercialización de fresa para fresco cae un 20,1% según el Informe de Seguimiento de la Junta de Andalucía

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de fresa fue sorprendida por la crisis del coronavirus en el pico de producción, por lo que ante la acusada bajada del consumo producida, el sector se ha visto forzado a enviar fresa a industria prematuramente, a retirar fruta y a reducir superficie de cultivo. Aunque en Semana Santa y en la semana previa a ella se reactivaron las ventas de fresa, en las dos semanas posteriores han vuelto a disminuir.

El informe de seguimiento del sector de los frutos rojos, publicado por el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, señala que en la semana 17 (del 20 al 26 de abril) se estima que el volumen comercializado ha sufrido un drástico descenso del 11,97%. A la disminución de superficie de fresa, las desfavorables condiciones meteorológicas y que el cultivo se encuentra en la cola de la campaña, ahora también se le une el hecho de que muchos productores que cultivan distintos frutos rojos prefieren dedicar la mano de obra disponible a la recogida de otros frutos con mejores precios que la fresa.

En una temporada normal, y siempre según la media de las últimas siete campañas, al llegar a la semana 17 se debería de llevar comercializado un 83,75% de la producción total esperada de fresa para consumo en fresco. Pero debido a la crisis y a las pérdidas sucedidas durante las seis últimas semanas, se estima que hasta ahora se lleva comercializado un 20,1% menos de lo que se esperaba. En consecuencia la curva de distribución del volumen comercializado para consumo en fresco ha variado significativamente y, en lugar

El sector se ha visto forzado a enviar fresa a industria prematuramente

Muchos productores prefieren dedicar la mano de obra disponible a la recogida de otros frutos

de llevarse vendido un 83,7% del total esperado en el conjunto de la campaña, se calcula que este porcentaje se ha reducido al 63,6%.

En cuanto al precio que percibe el agricultor, tras las fuertes bajadas de las semanas 12 y 13 se estabilizó durante las semanas 14, 15 y 16, incrementándose en la semana 17 un 5,37%, alcanzado un valor medio de 0,89 euros/kg.

FRAMBUESA

La demanda de frambuesa continúa siendo alta. Esta fruta se destina mayoritariamente al mercado internacional y se comercializa fundamentalmente en la gran distribución y cadenas de supermercados, por lo que las ventas han seguido fluyendo a pesar del estado de alarma.

Al llegar a la semana 17 en una campaña media se lleva recolectado el 71,7% de lo que se espera producir en el conjunto de la campaña. El informe de la Junta de Andalucía refleja que esta semana las ventas han retrocedido un 5,4%. La semana pasada esta fruta dejó atrás su máximo pico productivo, por lo que los descensos en la curva

de producción comercializada se sucederán en lo que resta de campaña.

Aunque los precios percibidos por el agricultor desde el inicio del estado de alarma se han visto perjudicados por la incertidumbre de los mercados, en esta última semana analizada se han recuperado notablemente en un 17,74%, respecto a los registros de la semana precedente. Así, en la semana 17 el precio medio percibido por el agricultor se sitúa en 5,06 euros/kg.

ARÁNDANO

Al llegar a la semana 17 se debería llevar recolectado el 42,6% de lo que se espera producir en la campaña completa. La demanda de arándano no se vio afectada al principio del estado de alarma, aunque se contaba con que tuviese lugar una reducción en el consumo de un 15% aproximadamente, como consecuencia del cierre del canal Horeca. Se trata de una fruta que se destina mayoritariamente al mercado internacional y se comercializa fundamentalmente en la gran distribución y cadenas de supermercados.

Desde Semana Santa el volumen comercializado de arándano se ha reducido. Además de darse mal tiempo para la recolección y no contar con la demanda del canal Horeca, existe otro factor en contra. Y es que en esas semanas se ha producido el máximo pico productivo de la frambuesa, fruto rojo que presenta mejor precio, por lo que se le da prioridad a la hora de destinar una mano de obra no sobrante.

Como contrapartida, los precios, que estaban siendo bajos esta campaña por razones externas a la crisis del coronavirus (debido a la gran oferta



Las ventas de fresa se reactivaron en Semana Santa, pero han vuelto a disminuir de forma significativa. / ARCHIVO

procedente de distintos países), han cesado de caer en la última semana analizada, tras un continuado descenso que comenzó en febrero. El precio percibido por el agricultor se sitúa en 3,41 euros/kg.

ARRANQUE DE PLANTAS

La Unión de Pequeños Agricultores (UPA) Huelva ha alertado de que pequeños agricultores de fresa están procediendo al arranque de plantas mes y medio antes de la finalización de la campaña debido a la falta de rentabilidad, ya que con lo que ganan no cubren los costes de producción.

Según ha informado la organización agraria, la decisión se debe a que el consumo de fresa ha bajado hasta la mitad en comparación con campañas anteriores, y a que las medidas sanitarias han alterado el comportamiento de los consumidores, el pequeño comercio está muy afectado y más desabastecido de fresa y el canal Horeca y el comercio ambulante están parados.

“La tormenta está siendo perfecta y se está cebando con los pequeños agricultores, cuya salida principal es el mercado nacional. El resultado es una producción por debajo de costes, que se mantienen e incluso aumentan, y grandes pérdidas”, han apuntado.

Hay que tener en cuenta que en este escenario los costes relativos a la mano de obra y al transporte se han incrementado considerablemente, por lo que “en un escenario de precios de venta si-

milares al 2019 (por debajo de 0,90 céntimos) hace que la campaña no esté siendo rentable”.

Desde UPA Huelva se ha recordado que la campaña de frutos rojos sostiene económicamente a buena parte de la economía de la provincia, por lo que “si no se toman medidas frente a la situación actual, la industria auxiliar del transporte, la manipulación, los insumos, la maquinaria agrícola y los servicios de asesoramiento a las empresas agrarias entre otros muchos o el propio crecimiento poblacional de muchos municipios se van a ver afectados, por lo que la situación puede ser catastrófica desde el punto de vista social y económico”.

UPA Huelva, a través de su estructura nacional y europea, viene reivindicando ayudas europeas al sector, dado que sería una solución a la situación actual y que podría minimizar las pérdidas, especialmente para los pequeños agricultores.

Desde UPA Huelva entienden que bien como ayuda a la retirada de producto, bien como ayudas directas por COVID-19, los pequeños agricultores/as necesitan del apoyo europeo para que la campaña no sea una ruina. “No podemos entender que la UE dé la espalda a los productores de fresa por el hecho de no estar contemplados en las ayudas a la PAC, dado que esto supondría un agravio comparativo y un serio varapalo para uno de los motores de la economía de la provincia”, han concluido.

“5 al día” lanza una campaña en Atresmedia para apoyar el sector de frutas y hortalizas

VF. REDACCIÓN.

La asociación para la promoción del consumo de frutas y hortalizas “5 al día” ha puesto en marcha una campaña, que estará en Antena 3 entre finales de abril y mayo, con el respaldo de sus asociados. El mensaje “5 al día” quiere concienciar a la población de la importancia del consumo diario de al menos 5 raciones entre frutas y hortalizas, para una alimentación saludable.

Vivimos una situación excepcional en la que día a día vamos aprendiendo, como sociedad



a afrontar las consecuencias del COVID-19. Son momentos difíciles en los que, sin lugar a dudas es importante además de

cumplir estrictamente las recomendaciones de las autoridades sanitarias para frenar la propagación del virus, disponer de un

plan alimentario que nos ponga fácil seguir una alimentación saludable, empezando por incluir una gran variedad de alimentos

saludables, dando preferencia a los de origen vegetal, como las frutas y hortalizas.

Por este motivo, la Asociación “5 al día”, con el apoyo de sus asociados, ha puesto en marcha una campaña nacional en Atresmedia televisión, para promover, ahora más que nunca, el consumo diario de al menos 5 raciones entre frutas y hortalizas, para una alimentación saludable.

La campaña que comenzó a finales de abril y se mantendrá durante los primeros días de mayo, se desarrolla en formato de patrocinio de los espacios “Espejo Público”, “La Ruleta de la Fortuna”, y “fin de semana de multicine”.

“El sector hortofrutícola está demostrando ser uno de los motores más importantes en estos difíciles momentos asegurando el abastecimiento de alimentos sanos y seguros a toda la población”, apunta Joaquín Rey, presidente de la Asociación “5 al día”.

Fumispore®

Fumispore® vuelve a ocupar su puesto

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

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

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

DESINFECCIÓN EFICAZ SIN RESIDUOS

OPINIÓN

Poco ha durado el reconocimiento



Por CIRILO ARANDIS (*)

Pronto hemos salido de dudas. Si el sector agroalimentario esperaba algún tipo de consideración, en base al papel esencial y ejemplar que viene desarrollando en este episodio de presencia del coronavirus, ha salido rápidamente de cualquier duda. La memoria es corta, y en política más, si es que la hay. Los temores y presagios que vaticinábamos se van a cumplir. Y es que mientras vemos cómo desde todos los ámbitos políticos y económicos se redoblan los esfuerzos para adoptar medidas y proveer de recursos a toda una economía global, que realmente lo necesita, en el caso agrícola se nos remite a la PAC de modo exclusivo.

Es lo lógico, pues cabe pensar que ahí está la PAC, única política realmente común en Europa, con financiación propia e instrumentos específicos para el sector. Su noble fin no es otro que proveer a la población de alimentos sanos y saludables, en cantidad suficiente, y a unos precios asequibles. Es por ello que cabe pensar que esta debe de ser una de las políticas, si no prioritarias, sí suficientemente importante en base a la labor realizada, y a la estabilidad social que es capaz de generar. Además, sus resultados ahí están, pues no cabe duda que el sistema agroalimentario europeo bien puede ser considerado como el mejor del mundo. Todo esto sería lo lógico a menos que nos hagamos trampas al solitario.

Pero predicar no es lo mismo que dar trigo. Y es que a la vista de lo que acontece en Bruselas hemos podido constatar que la PAC se está quedando tan solo en el discurso. El comisario europeo de Agricultura y Desarrollo Rural, el polaco de nombre impronunciable, Janusz Czesław Wojciechowski, un señor que más bien parece que en esto de la agricultura pasaba por allí, ha evidenciado una falta de peso político en clara consonancia con la imagen evidenciada en la audición preceptiva ante el Parlamento Europeo previa a su nombramiento, y que pasó por los pelos. En estos momentos de crisis total, la receta de la cúspide europea en materia agroalimentaria europea es que cada país se busque la vida en lo económico, abriendo la puerta a la tan nefasta y criticada renacionalización de la PAC.

La situación social y económica como consecuencia del coronavirus no tiene parangón. Hay que remontarse a fechas históricas para hablar de una recesión económica de la magnitud actual, y de la que se avecina. España, más allá de las causas que lo generan, y que ya será motivo de análisis en su



El comisario europeo de Agricultura y Desarrollo Rural, el polaco Janusz Czesław Wojciechowski, se encuentra débil en el Colegio de Comisarios, que es donde se reparte el presupuesto para los diferentes sectores económicos. / CE

Hemos podido constatar que la PAC se está quedando tan solo en el discurso

momento, es uno de los países donde su situación económica y social va a tener cifras más negativas. Muchas son las personas y sectores de la economía que están pendientes, no ya de las decisiones políticas, sino de las medidas económicas que les permitan tomar un poco de aire y poder remontar el vuelo. Pero eso no es motivo para que un sector económico vital, caso del sector agroalimentario, se vea marginado y ninguneado.

El debate económico en Bruselas a niveles de jefes de estado y de gobierno está siendo duro y subido de tono. Justo en la misma medida del problema que se afronta. Pero también es cierto que en el seno del Consejo Europeo los diferentes líderes políticos de los 27 socios comunitarios están condenados a entenderse, pues lo contrario sería un mensaje no deseado a nivel económico global y a nivel de la propia credibilidad interna del proyecto europeo. De ahí que, más allá de la fórmula final pactada, el Banco Central Europeo va a disponer la compra de deuda pública de los distintos gobiernos comunitarios por valor de 1,5 billones de euros,

La receta de la cúspide europea es que cada país se busque la vida en materia económica

y que en una mala traducción del inglés, el presidente Pedro Sánchez anunció como 1,5 trillones de euros. Más allá de la anécdota, mucho dinero para la actividad pública y liquidez empresarial.

En todo este proceso, nuestro comisario compareció ante la Comisión de Agricultura del Parlamento Europeo para decir que la falta de presupuesto comunitario en el ámbito agrario le impedía adoptar medidas. Wojciechowski se encuentra débil en el Colegio de Comisarios, que es donde se reparte el presupuesto para los distintos sectores económicos afectados por la crisis. No sabe contrarrestar el argumento que el sector agrario ya tiene la PAC, segunda partida con más fondos del presupuesto de la UE. En este escenario, su solución es que sean los Estados miembros los que pongan en marcha cada uno sus medidas, echando mano de su presupuesto vacante de Desarrollo Rural. Lleno de ingenio, aboga por apoyar a la agricultura local, los mercados locales y hacer menos transporte, haciendo coincidir su discurso, el de su partido de origen, el partido más anti verde de toda la UE,

Wojciechowski aboga por apoyar la agricultura y el mercado local y hacer menos transporte

con el que defiende el "Partido Los Verdes". Mira por donde e igual vamos a importar menos de países terceros. Paradojas de la vida.

El problema es que la PAC no tiene instrumentos para esta crisis, ni fondos. En los últimos años se han ido desmantelando los mecanismos de gestión de mercado entre propuestas de la Comisión Europea y presiones de los países del Norte, más propensos a no contar con estas herramientas. Paradójicamente son estos países los que ahora más se quejan por la ausencia de medidas de este tipo. Y es que las que se han adoptado, y de las cuales pretende sacar pecho el comisario, van en otra dirección, caso de la Directiva de transporte, la Directiva de desplazamiento de personas o la flexibilización de la PAC. Medidas necesarias, sin duda, pero que no abordan el núcleo del problema.

Faltaría a la verdad estricta si digo que no hay un euro de más para la agricultura. La Comisión ha dispuesto un presupuesto adicional de 88,5 millones de euros, para toda Europa, y solo para medidas de almacenamiento privado en ganadería y sus derivados.

Las demás medidas aprobadas van en la línea de flexibilizar los procesos administrativos para movilizar de casilla fondos ya existentes, así como derogaciones sobre la normativa de competencia, de tal manera que los operadores de algunos sectores puedan adoptar actuaciones de autorregulación. Las iniciativas propuestas desde el sector de las frutas y hortalizas, en la línea de un mejor aprovechamiento de las medidas de gestión de crisis, no han sido bien vistas, no sea que signifique algún euro de más a pesar de contextualizarlas en un escenario de neutralidad financiera. Nuevamente resurgen los fantasmas del distinto tratamiento entre los productos continentales y la agricultura mediterránea.

Vemos como la actual PAC no tiene respuestas en momentos de crisis, al menos respuestas políticas. Mientras, nos dirigimos hacia una PAC más exigente, pero solo para las producciones comunitarias. Vergüenza torera deben tener los europarlamentarios que tratan temas agrarios al proponer que la "Reserva de Crisis", de 400 millones de euros, prevista en el seno de la PAC, se movilice, pero esta vez sin cargo a los perceptores del "Pago Único". Entre tanto, y sin esperar a nadie, Holanda ya ha anunciado un presupuesto propio de 600 millones de euros para el sector de las flores. Según dicen, Francia y Alemania no tardarán mucho en anunciar movilización de fondos propios. También EEUU, país que ha denunciado reiteradamente a la Unión Europea ante la OMC por los fondos de la PAC, ha anunciado la cifra de 19000 millones de dólares para paliar daños a su agricultura. Aquí en España, dinero de los fondos de desarrollo rural parece que no hay, lógico si nos atenemos al momento en el que estamos, justo al final del periodo de programación.

El gobierno español ha presentado su cuadro macroeconómico para este año y el que viene. Los malos datos expuestos eran de esperar en el actual contexto en el que nos encontramos. Pero para nuestro sector, de amplia proyección exterior, nos llama la atención la previsión que se hace del nivel exportador, pues se estima un descenso del orden del 27%. Visto lo visto, puede que nos toque otra vez salvar los muebles en una economía maltrecha. Esperamos seguir manteniendo el nivel exportador y demandando empleo, pero para ello también será necesaria la complicidad de nuestro gobierno y dejar de ser invisibles más allá de un reconocimiento puntual y simbólico que se nos concede en estos momentos.

La actual situación económica, social y laboral española es muy complicada y se necesitarán gran cantidad de recursos para volver a la senda del progreso. Es por ello que, un sector que puede funcionar y que puede aportar su granito de arena a la recuperación económica no debe de ser olvidado, y menos aún ninguneado. Pese a todo, seguiremos garantizando el suministro de alimentos. Que no quepa ninguna duda.

(*) *Presidente Frutas y Hortalizas Cooperatives Agro-alimentàries*



Cereza de Caspe

La cereza temprana de Caspe inicia una campaña incierta por la merma de cosecha y la falta de temporeros

La zona cuenta con 1.320 hectáreas dedicadas al cultivo que producen unos 5 millones de kilos al año

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La localidad zaragozana de Caspe, en la comarca del Bajo Aragón, ha iniciado la recolección de la cereza temprana en una campaña frutera llena de incertidumbres, tanto por la cosecha, afectada por las últimas tormentas de lluvia y granizo, como por la falta de mano de obra, debido al cierre de fronteras ante el Estado de Alarma por el coronavirus.

La zona de Caspe cuenta con unas 1.328 hectáreas dedicadas al cultivo de la cereza, la gran mayoría en regadío, donde se suelen recolectar al año unos cinco millones de kilos.

La Comarca del Bajo Aragón, cuya capital es Caspe, es una zona eminentemente frutera y comprende los municipios de Chiprana, Nonaspe, Fabara, Fayón, Maella y Mequinenza.

La producción media de la cereza temprana de Caspe, de las variedades Burlat y Early, suele ser de entre 8.000 y 10.000 kilos por hectárea. En un año bueno se pueden recolectar hasta 5.000 toneladas de temprana y otras tantas de tardía. Al ser la primera cereza en llegar al mercado, suele alcanzar buenos precios.

En la zona hay algunas explotaciones grandes, aunque predominan las medianas y pequeñas fincas y tienen un papel destacado las cooperativas.

La Chipranesca es una de las cooperativas más grandes de la provincia de Zaragoza y está especializada en fruta dulce como melocotón, nectarina, albaricoque, cereza, pera, brevas e higos. Produce anualmente alrededor de diez millones de kilos y solo comercializa fruta procedente de las explotaciones de sus 35 socios, ubicadas en los municipios de Chiprana, Caspe, Sástago, Escatrón y Pina de Ebro.

Frutícola Bajo Aragonesa es la agrupación de tres cooperativas base: Frutícola Compromiso de Caspe, Cooperativa San Isidro de Fabara y Mequifruit. Comercializa —además de aceite de oliva— fruta de verano, cereza, melocotón, nectarina, albaricoque, pera y ciruela.

Asimismo, la Asociación de Fruticultores de la Comarca del Bajo Aragón-Caspe organiza jornadas técnicas y cuenta con una finca experimental.

En el paraje denominado "Mas de la Punta" del término municipal de Caspe, propiedad del Ayuntamiento, se han transformado unas ocho hectáreas de secano en regadío para dedicarlas a la experimentación y transferencia de tecnología en cultivos leñosos, frutales, olivo y almendro. En el proyecto participan todos los implicados en el sector de la fruta.

La cosecha de cereza temprana se ha visto afectada al inicio de campaña por las últimas tormentas. Los golpes del granizo y la lluvia agrietaron el fruto en campos de algunos municipios. Chiprana fue la localidad más afectada por la fuerte tormenta que cruzó la Comarca del Bajo Aragón-Caspe. El alcalde de Chiprana, Francisco Javier Nicolás, explicó que "el temporal no nos ha estropeado por completo la campaña frutícola, aunque sí que hay parcelas que en concreto han quedado muy afectadas".

Aragón es la primera comunidad productora de cereza y este año espera una cosecha similar a la del 2019 en la que se recogieron unos 40 millones de kilos de hasta 15 variedades. Las previsiones son que será un poco inferior; por las pérdidas que han provocado las últimas lluvias en las variedades tempranas.



Habrá dificultades para contratar a los 3.000 trabajadores necesarios, debido a problemas de movilidad al estar las fronteras cerradas por el coronavirus. / JAVIER ORTEGA

En Aragón, se estima que hay unas 8.000 hectáreas de superficie cultivada de esta fruta y las zonas más productoras de las variedades tempranas se encuentran en el entorno del Bajo Cinca, Caspe-Bajo Aragón, y la comarca de Calatayud y la zona de La Almunia son de las más productoras.

■ TEMPOREROS

Las fincas de Chiprana, Maella, Fabara, y sobre todo Caspe, llegan a emplear a más de 3.000 temporeros, la mayoría de ellos llegan de fuera.

La falta de mano de obra y las exigentes normas de protección y seguridad han convertido el inicio de la campaña frutícola en un auténtico quebradero de cabeza.

El presidente de la Comarca del Bajo Aragón-Caspe, Joaquín Llop, explicó que ha habido muchas reuniones con todos los

agentes implicados para marcar unas pautas de actuación y concretar los problemas a los que se enfrentan y los que puedan surgir en los próximos meses.

Además de la habitual mesa de campaña convocada por el Ayuntamiento de Caspe, en la que participan técnicos de Servicios Sociales, fuerzas del orden, representantes del centro de salud, INAEM, Fundación Cruz Blanca, pequeños y medianos empresarios y sindicatos, este año también se ha creado la Unidad de Coordinación Comarcal con el objetivo de concretar estrategias para los problemas que puedan surgir durante este periodo de gran actividad.

La principal preocupación es el transporte de los temporeros, pues el 90% de los que llegan a la recogida de la fruta son de otras comunidades autónomas y extranjeros de países como Marruecos, Argelia y Rumanía. Muchos venían de otro país a través de contingentes, algo que este año no se podrá hacer al estar cerradas las fronteras.

Llegará otro perfil de trabajadores, algunos novatos en las labores del campo, lo que retrasará la recolección.

Por ejemplo, en la cooperativa frutícola Compromiso de Caspe, se llegaban a recoger 2.000 kilos de fruta a la hora, sin embargo, con trabajadores novatos podría bajar a los 500. A este problema se suma el hecho de que en las cadenas de producción habrá menos personal para cumplir con la distancia de seguridad así como la problemática del transporte hacia las distintas explotaciones agrícolas.

■ CEREZAS PARA CHINA

Buena parte de la cereza aragonesa se exporta a países europeos

como Francia, Reino Unido, Alemania, Italia y Países Bajos y también a países del Golfo Pérsico y a Hong-Kong, con la mirada puesta en China.

Un ejemplo de vocación exportadora lo encontramos en las cerezas de la localidad zaragozana de Mequinenza. Con un millón de kilos de producción, las variedades más tempranas se destinan al mercado nacional, ya que su transporte resulta complejo por lo delicado del fruto, mientras que las tardías —más resistentes—, se exportan a mercados del centro y norte de Europa.

El objetivo, a corto y medio plazo, es llegar a los mercados asiáticos y en concreto a China, donde el fruto es muy apreciado por los consumidores.

Mequinenza cuenta con 350 hectáreas dedicadas a la producción de cereza, a las que hay que sumar un centenar de nueva plantación gracias a los nuevos regadíos por bombeo.

Los agricultores de Fayón disponían de 1.700 hectáreas para potenciar la actividad agraria, pero se topaban con una dificultad que hacía inviable la explotación de las fincas. Las tierras habían quedado incomunicadas por las aguas del embalse de Ribarroja y solo se podía acceder a las mismas tras un recorrido de 80 kilómetros.

Ahora, se ha construido un embarcadero y una rampa para que puedan surcar el pantano con un transbordador y llegar a las tierras de cultivo.

Una empresa de Fraga ya tiene en explotación 25 hectáreas de cerezas y ha llegado a un acuerdo con el Ayuntamiento de Fayón para la cesión de otras 75 hectáreas. Las cerezas llegan a tierra en barca.



902 401 777
www.pampols.es





**Además de envases,
tenemos material de
protección**






Agrocultivos

Las previsiones europeas de albaricoque disminuyen un 37%

Las heladas, el granizo y las altas temperaturas de la primavera provocan descensos en todas las zonas productoras

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La AREFLH, Asamblea Europea de Regiones Productoras de Frutas y Verduras, hizo públicas el 30 de abril las previsiones europeas de cosecha de albaricoque con un descenso estimado del 37% en toda Europa respecto a la producción obtenida el año pasado.

La combinación de un invierno con pocas horas de frío, altas temperaturas primaverales, heladas y granizo con afectaciones en diferentes regiones europeas, sitúan la cosecha europea de albaricoques de este año en 401.883 toneladas, lejos de las 640.000 toneladas de la pasada campaña y un 28% por debajo de la media de los últimos años. Para encontrar otra temporada con un nivel similar de producción hay que remontarse al 2003 y al 1998 con 390.000 y 365.000 toneladas respectivamente.

La calidad esperada en general es buena y se espera que a medida que avance la campaña vayan subiendo los azúcares de toda la producción.

Durante este ejercicio, la COVID-19 será uno de los principales condicionantes en cuanto a la cosecha, mano de obra y a la logística de las plantaciones.

En el análisis por países, se observa un descenso generalizado. España cosechará 93.740 toneladas de albaricoque (un 15% menos respecto a la pasada campaña) con un descenso de la producción en todas las zonas

La cosecha europea de albaricoques de este año se sitúa en 401.883 toneladas

La climatología ha penalizado la producción de albaricoque en Europa

productoras causado por la falta de horas frío invernales y por las heladas del mes de marzo en Cataluña y Aragón y el granizo de principios de abril en Castilla-La Mancha. Cataluña perderá un 26% de su producción a causa de las heladas en Tarragona y en Lleida.

En Italia, el principal productor, se prevén cosechar 136.101 toneladas de albaricoque (un 56% menos respecto a la pasada campaña) con una afectación generalizada pero con una Emilia Romana que acusa los mayores descensos de producción con una disminución de hasta el 90%.

Por su parte, Francia cosechará 93.542 toneladas de albaricoque (un 29% menos respecto a la pasada campaña) con una floración que se adelantó pero que el posterior mal tiempo situó la cosecha en las fechas típicas.

Por último, Grecia prevé una producción de 78.500 toneladas de albaricoque (un 13% menos respecto a la pasada campaña). El sur del país no ha sufrido daños pero la cosecha se ve afectada por las heladas en el norte, que han penalizado las cifras a pesar de la entrada en producción de las nuevas plantaciones.

■ CAMPAÑA 2019

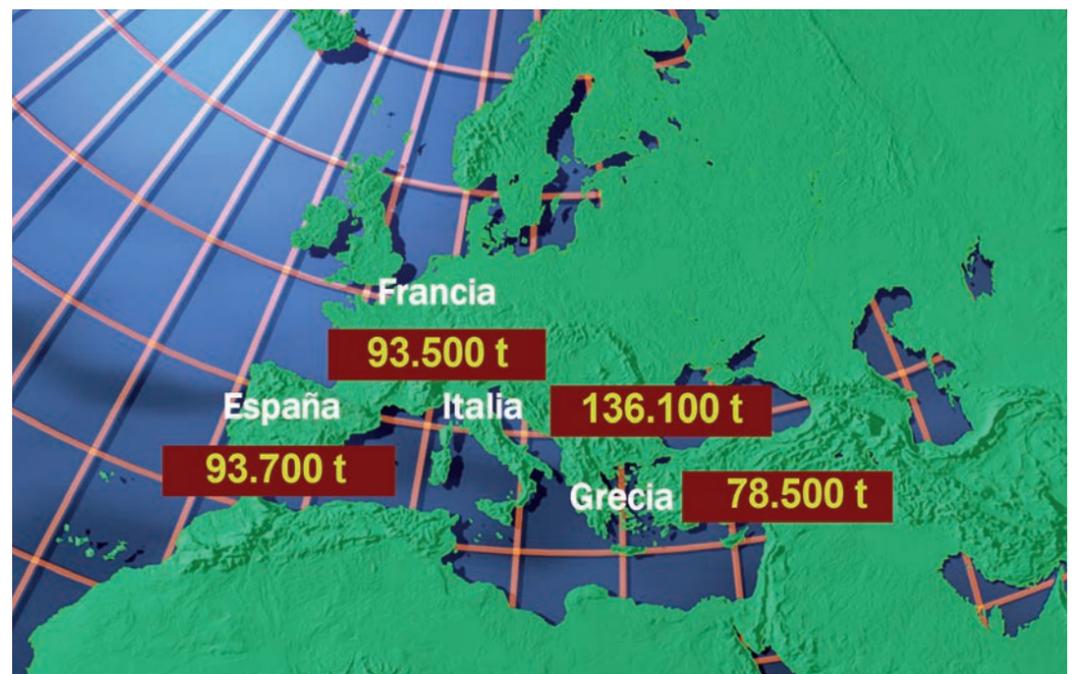
La campaña de albaricoque 2019 fue una temporada complicada a nivel comercial con unas condiciones climáticas en el norte de Europa que no favorecían el consumo y con unos precios que des-



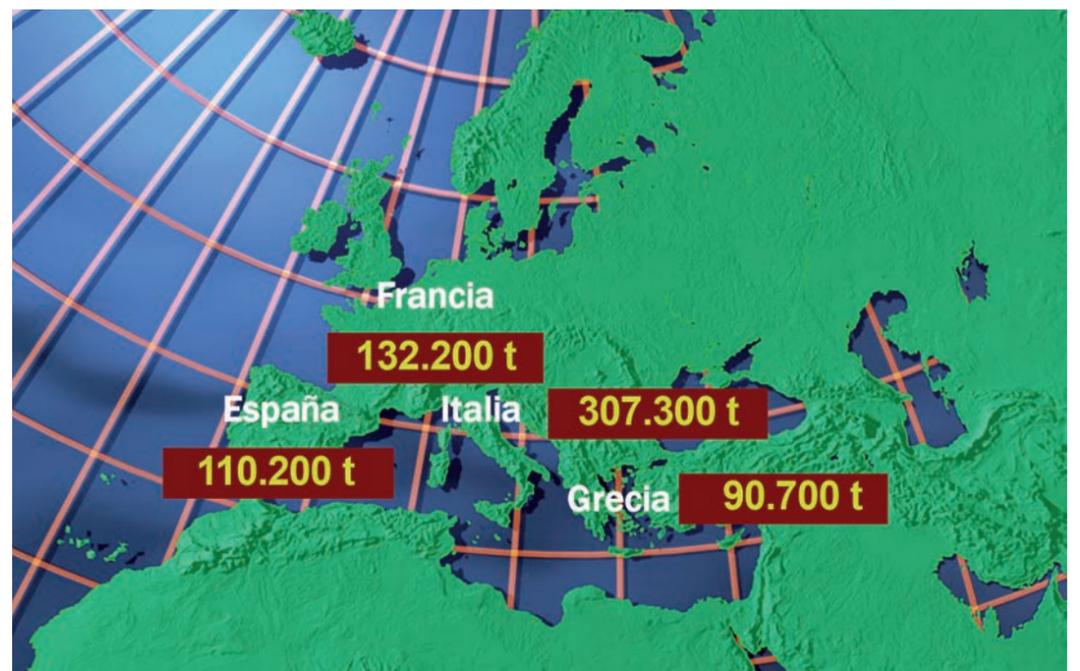
España, Italia, Francia y Grecia registran descensos generalizados de producción debido principalmente a inclemencias climatológicas. / ARCHIVO

de el inicio no llegaban al euro por kilo. Francia y España, que son los principales exportadores de albaricoque, presentaron un potencial de producción por debajo de la normalidad, pero Italia y Grecia tuvieron una buena cosecha. En los últimos años se

ha producido una fuerte reconversión de las plantaciones especialmente en España e Italia con la desaparición de las variedades tradicionales y la llegada de variedades adecuadas a los nuevos estándares comerciales de mejilla roja o incluso rojas.



Previsión de producción de albaricoque en Europa en 2020. / EUROPECH



Producción de albaricoque en Europa en 2019. / EUROPECH

Previsión europea de cosecha de albaricoque 2020. (Fuente: Europech 2020)

Unidad: toneladas	2019	Previsión 2020	Var (%) P2020-19
■ ITALIA	307.303	136.101	-56%
Emilia Romagna.....	107.144	11.036	-90%
Italia sur / Sicilia / Cerdenya	169.475	111.074	-34%
Otras Italia.....	30.684	13.991	-54%
■ GRECIA	90.700	78.500	-13%
Peloponeso / Stéría / Creta.....	42.500	45.400	7%
Macedonia / Otras regiones	48.200	33.100	-31%
■ ESPAÑA	110.233	93.740	-15%
Valencia	4.000	4.400	10%
Murcia.....	60.000	45.000	-25%
Aragón.....	24.208	18.055	-25%
Castilla La Mancha	4.000	12.000	200%
Otras España	18.025	14.285	-21%
■ FRANCIA (*)	132.216	93.542	-29%
Languedoc-Roussillon	45.800	31.060	-32%
Rhône-Alpes	66.150	50.000	-24%
■ P.A.C.A.	20.266	12.482	-38%
■ TOTAL EUROPA	640.452	401.883	-37%

(*) Suma tres regiones

OPINIÓN

El espejo de Italia

Antes de que el COVID-19 alterara nuestras vidas, todo el campo español venía protagonizando una ola de movilizaciones, en protesta por su situación límite, con una acogida social y una repercusión mediática sin precedentes. ¿Quién no recuerda el 14 de febrero, cuando más de 20.000 personas y un millar de tractores colapsamos el centro de Valencia para denunciar el engaño continuado durante décadas de la clase política al sector? La manifestación agraria más multitudinaria en lo que llevamos de siglo no cayó en saco roto, de tal modo que la Conselleria de Agricultura aceptó por fin la necesidad de iniciar un camino con las organizaciones agrarias y cooperativas hacia ese deseado cambio.

A veces no queda claro adónde se quiere llegar y qué modelo se quiere alcanzar. Por eso es importante, más allá de exigir soluciones puntuales a cada problema que vaya surgiendo, tratar de tener una visión en conjunto y a largo plazo. Resulta fácil hablar de cambios de modelos productivos y comercializadores, más fácil incluso cuando se quieren coger atajos y no abordar la problemática en toda su complejidad. Hay iluminados que al llegar a la Conselleria proclamaron un cambio de modelo hacia la agroecología y los mercados de proximidad, ignorando la realidad productiva del sector agroalimentario valenciano. ¿Realmente podemos reconvertir toda nuestra agricultura a un sistema ecológico? ¿De verdad piensan que toda nuestra producción se puede consumir aquí? Se trata, sin duda, de una solución propuesta desde el desconocimiento y la falta de voluntad política para buscar una respuesta genérica al problema de la rentabilidad agraria.

Desde AVA-Asaja llevamos mucho tiempo advirtiendo de que las alarmas estaban sonando, y de una manera estridente. De que el campo valenciano rebasa récords máximos en superficie agrícola abandonada, en envejecimiento de población agraria y en falta de relevo generacional. De que así lo constatan las estadísticas oficiales y,



Italia tiene en marcha un ambicioso programa dirigido fundamentalmente a conseguir que los jóvenes vuelvan a la actividad agraria. / ARCHIVO

Italia ha logrado atraer a la actividad agraria a más de 56.000 menores de 35 años

El gobierno italiano tiene claro que la agricultura es un sector fundamental

por tanto, no son opinables sino la triste realidad. Y de que las administraciones miran hacia otra parte. Sí, en efecto debemos abordar el cambio de modelo, pero permitidnos a los actores de este drama poder decir hacia dónde queremos ir y cómo queremos llegar. Y en base a nuestras propuestas, tomen iniciativas, acuerden, legislen y presupuesten. Así se cambiará el modelo y quizá podamos garantizar un futuro digno a los agricultores y ganaderos valencianos.

Es interesante analizar detenidamente la manera en que a nuestro alrededor se está abordando la crisis agraria y qué medidas están tomando. Por un lado tenemos a Francia, donde su presidente Emmanuel Macron ha declarado que la agricultura debe estar exenta de las normas de competencia. Ha tenido que llegar el COVID-19 para que grandes líderes polí-

ticos tengan claro que con las cosas del comer no se juega y que entiendan que la alimentación europea no puede estar dependiendo cada vez más de lo que países terceros puedan o quieran exportarnos. Por no hablar de la seguridad sanitaria de estas producciones foráneas.

Por otro lado, debemos mirarnos en el espejo de Italia. En los años noventa, cuando todo empezó a ir a peor, mientras en la Comunitat Valenciana y España los políticos se dedicaban a repartir (según ellos a gestionar) las migajas de la PAC, en el país transalpino empezaron un ambicioso programa dirigido a conseguir que los jóvenes volvieran al campo en unas condiciones razonables para quedarse. Quien siembra recoge, e Italia ha logrado atraer más de 56.000 menores de 35 años al frente de explotaciones agrícolas, un récord a nivel comunitario, que



Por CRISTÓBAL AGUADO LAZA (*)

supone un incremento del 12% en los últimos cinco años.

Consciente del elevado precio de la tierra, tres veces más cara que en España, el gobierno italiano ha emprendido subastas de 22.000 hectáreas de tierras públicas en estado de semi-abandono. Todo el sector tiene acceso a estas subastas, pero al establecerse condiciones preferenciales para los jóvenes, la mayoría de los terrenos (el tamaño medio de las parcelas asciende a 26 hectáreas) acaban en manos de este colectivo. Tanto esta medida como los proyectos de innovación que lideran los jóvenes son adecuadamente financiados y apoyados mediante incentivos fiscales.

No solo el Ministerio de Agricultura italiano se implica a fondo en este plan, también otros departamentos comprenden que deben arrimar el hombro porque en Italia se tiene claro que la agricultura es el sector fundamental para hacer frente a la crisis climática y al problema de la despoblación de las áreas rurales interiores; no en vano, agricultores y ganaderos italianos están iniciando una repoblación de ciertas regiones que asegura que esos territorios estén de nuevo vigilados y conservados.

Es evidente que no es aplicable el mismo modelo en zonas y condiciones diferentes, pero sí debemos aprender cómo países de la propia Unión Europea (UE) enfocan con acierto los mismos problemas que tenemos nosotros. Así pues, nuestro futuro modelo ha de primar la sostenibilidad (económica, social y ambiental), el incremento del tamaño de las explotaciones, la concentración de la oferta, la preferencia de los productos europeos por proximidad, frescura y calidad, y la capacidad de innovación y digitalización basada en una investigación agraria puntera. Si no aceptamos esos criterios y seguimos como hasta ahora, dejando que vayan desapareciendo miles de explotaciones agrícolas y ganaderas, posiblemente esos terrenos más pronto que tarde serán pasto de multinacionales y grandes fondos de inversión. ¿Es eso lo que queremos?

Una última pincelada de Italia que acaba de ocurrir muy recientemente, y que pareciendo anec-

dótica no lo es en absoluto. El problema de las plagas y enfermedades agrarias se recrudece año tras año, bien porque entran desde países terceros, bien porque mutan y aumentan su poder dañino sobre los cultivos, bien porque adquieren resistencia a los plaguicidas como consecuencia de la drástica reducción de materias activas autorizadas. Una de las últimas sustancias que la UE no ha renovado es el Metil Clorpirifos, la cual era y sigue siendo necesaria para el control efectivo de plagas de cítricos y caquis como el Cottonet de Sudáfrica. Mientras las autoridades españolas nos argumentan que su uso está prohibido aquí, porque así lo dicta la normativa europea, Italia, en cambio, ha decretado una autorización durante 120 días para combatir una plaga en sus frutales.

Nos gustaría pensar que el Gobierno español ha actuado de esta manera para evitar que la fruta tratada con Metil Clorpirifos tenga problemas durante la posterior comercialización en la UE, máxime cuando, según explica el Ministerio, la UE va a reducir los Límites Máximos de Residuos (LMR) de esta sustancia. Pero, a la vista del caso italiano, nos surge la duda de que pueda haber otras razones. Hace tiempo que desde el sector agrario tenemos la sensación de ser reos de las concesiones que nuestra clase política otorga a las organizaciones ecologistas y animalistas. Y no podemos quitarnos de la cabeza que muchas materias activas que han sido prohibidas contaban con informes científicos que avalaban la continuidad de su uso, y que solo las presiones de los fundamentalistas del ecologismo explicarían su suspensión (no fuera de la UE donde sigue utilizándose y desde donde nos pueden seguir enviando sus producciones con una patente ventajosa competitiva).

En conclusión, el sector agrario no puede ser esencial cuando a los políticos les convenga. Los agricultores y ganaderos somos los mismos con o sin COVID-19: productores de alimentos sanos y preservadores del territorio y del medio ambiente. Estamos hartos de promesas huecas y de palmas dadas en la espalda, sobre todo cuando se acercan elecciones. Así que, por favor, señores políticos, pónganse las pilas y empiecen a trabajar codo con codo con el sector para garantizar una vida digna a los productores.

(*) Presidente de AVA-Asaja

El chancro bacteriano destruye todos los cerezos de un pueblo de Zaragoza

■ JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El chancro bacteriano, una enfermedad vegetal que abrasa las ramas de los árboles, ha afectado al cien por cien de los cerezos de la localidad zaragozana de Codos en la Comunidad de Calatayud.

Aunque el epicentro está en dicho municipios, se ha extendido a otros pueblos de la Sierra de Vicor, con una cereza especial, debido a su altitud, llamada la "vicora".

El presidente de la Diputación Provincial de Zaragoza, Juan Antonio Sánchez Quero, que el pasado domingo visitó la localidad,

reclamó una rápida respuesta de las instituciones a los daños producidos en los cerezos por el chancro bacteriano.

Ha afectado a unas 180 hectáreas y esta campaña se dejarán de cosechar un millón de kilos de cerezas, es decir, más de un millón de euros en pérdidas, algo insoportable para un pueblo de menos de 200 habitantes.

Sánchez Quero visitó los frutales acompañado por el alcalde de la localidad, Emilio Camino, y de varios agricultores afectados.

Explicó que "esta enfermedad la causa una bacteria que es

inofensiva para el hombre pero muy dañina para los cerezos. En este caso hablamos de un brote extraordinariamente agresivo que está causando daños de hasta el 100 por 100 de la cosecha".

El presidente de la Diputación advirtió que, "si las administraciones no somos capaces de responder con agilidad a este gravísimo problema que afecta a agricultores jóvenes que han apostado por vivir e invertir en nuestros pueblos el mundo rural se nos muere: en nuestras manos está". Y anunció que "desde la Diputación de Zaragoza vamos



Sánchez Quero, en el centro, visitó un campo afectado. / DPZ

a responder con contundencia apoyando a los agricultores de Codos como siempre hemos hecho ante una catástrofe de esta magnitud". Además, Sánchez

Quero tenía previsto trasladar el problema al presidente de Aragón, Javier Lambán, "para coordinar la respuesta de ambas instituciones".

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 30 de abril de 2020, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	2,45
Aguacate	3,00
Almendra	3,80
Pomelo	1,00
Avellana	3,40
Caqui	1,10
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	1,30
Lichis	3,00
Lima	2,00
Limón	1,15
Fresa	6,00
Fresón	1,25
Granada	1,80
Mandarina Clementina	1,25
Satsuma	1,00
Otras	1,30
Mangos	2,95
Maracuyá	4,40
Melón Galia	1,20
Amarillo	0,75
Piel de Sapo	1,00
Otros	0,60
Moras	7,50
Nashi	0,80
Nectarina Blanca	2,60
Amarilla	2,50
Níspero	3,00
Nueces	3,50
Olivas	3,80
Papayas	2,80
Pera Blanquilla	1,25
Verano	1,25
Invierno	0,95
Temprana	2,50
Piña	1,10
Pitahaya	5,50
Plátanos Canario	1,05
Importación	0,90
Manzana Bicolor	1,05
Amarilla	0,85
Verde	0,80
Roja	0,75
Otras	1,40
Melocotón Amarillo	2,50
Rojo Pulpa Blanca	2,50
Rojo Pulpa Amarilla	2,90
Ciruella	2,20
Uva Blanca	2,60
Negra	2,50
Rambután	5,00
Sandia con semilla	0,85
Sin semilla	0,95
Naranja	1,10
Chirimoya	1,50
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	0,50
Ajo Seco	2,85
Tierno	0,45
Apio	0,55
Acelgas	0,60
Batata	1,05
Borraja	1,00
Brócoli	1,50
Brecol	1,80
Calçots	0,07
Calabaza	0,60
Calabacín	0,65
Cardo	0,65
Alcachofa	1,00
Cebolla Seca	0,45
Figueras	0,90
Tierna	0,65
Pepino	0,45
Col Repollo	1,00
Bruselas	1,30
Lombarda	0,45
China	1,10

Coliflor	1,30
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,50
Larga	0,60
Otras	0,50
Endibia	0,90
Escarola	0,60
Espárragos Blancos	4,50
Verdes	2,05
Espinaca	0,95
Haba	0,70
Hinojo	0,65
Perejil	0,45
Judía Bobi	2,25
Perona	2,10
Fina	3,50
Otras	1,60
Nabo	0,70
Zanahoria	0,45
Patata Blanca	0,55
Roja	0,45
Pimiento Lamuyo	1,65
Verde	0,95
Rojo	2,80
Guisante	2,05
Puerro	0,65
Rábano	0,40
Remolacha	0,60
Tomate Maduro	0,75
Verde	1,00
Chirivía	1,50
Otras Hortalizas	0,70
Seta Girgola	1,70
Rovellón-Niscalo	18,00
Champiñón	1,65
Otras Setas	10,00
Maíz	1,00
Caña de Azúcar	1,00

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 30 de abril al 1 de mayo de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	2,60
Fresones	1,90
Limonas	1,50
Manzana Golden	0,85
Naranja Navel	1,00
Nísperos	1,80
Pera Blanquilla	1,40
Plátanos	1,25
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,10
Cebollas	0,34
Espárragos	1,20
Roja	2,30
Lechugas	0,25
Patatas Calidad	0,33
Primor	0,60
Tomate Maduro	1,00
Verde	1,40

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 20 al 26 de abril de 2020. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,31
Albaricoque	2,79
Almendras	9,42
Ciruella	2,41
Chirimoya	2,66
Dátil	8,60
Fresa / Fresón	1,71
Granada	3,22
Kiwi / Zespri	2,97
Limón	1,14
Mandarina Clementina / Fortuna / Nadorcott	1,49
Ortanique	1,15
Mango	2,29
Manzanas O.V. / Pink Lady	2,28
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,19
Starking / R. Chief / Gloster / Galaxia	1,18
Reineta / Canadá Gris	1,88
Granny Smith	1,59
Royal Gala / Cardinale	1,53
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,47
Melocotón / Baby Gool	2,55
Lombarda / Galia / Coca	1,38
Naranja Salustiana	0,78

Navel	1,04
Valencia Late / Miaknight	0,88
Navel Late / Nanelate / Lanelate	0,95
Nectarina	1,55
Níspero / Nipola	1,75
Nuez	5,99
Papaya	2,23
Paraguay	2,50
Pera Blanquilla o Agua	1,31
Ercolini / Etrusca	2,28
Conferencia / Decana	1,35
Piña	1,04
Plátano	1,29
Banana	0,82
Pomelo / Rubi Star	1,20
Sandia	0,93
Uva	2,55
Otros Frutos Secos	10,68
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,81
Ajo Seco	2,86
Tierno o Ajete	5,80
Alcachofa	1,14
Apio	1,09
Batata / Boniato	1,17
Berenjena	0,78
Brócoli / Brecol	1,82
Calabacín	0,79
Calabaza / Marrueco	1,13
Cebolla / Chalota	0,56
Cebolleta	0,98
Champiñón	1,93
Col Repollo	0,56
China	1,30
Lombarda	0,72
Coliflor / Romanesco	1,08
Endivia	2,23
Escarola	1,25
Espárrago Verde	3,86
Espinaca	1,20
Guisante	2,38
Haba Verde	1,10
Judía Verde Fina (Brasiléña)	3,77
Verde Boby / Kora / Striki	1,98
V. Perona / Elda / Sabinal / Emerite	1,96
Lechuga O.V.	0,60
Cogollo	1,71
Iceberg	0,85
Nabo	0,92
Pepinos	0,61
Perejil	1,30
Pimiento Verde	1,00
Rojo (Asar)	2,02
Puerro	1,05
Rábano / Rabanilla	2,23
Remolacha	1,60
Seta	3,10
Tomate O.V.	1,04
Cherry	2,13
Daniela	0,88
Zanahoria	0,71
Hierbabuena	2,47
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,59
Añeja	0,35

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 27 al 30 de abril de 2020, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte	2,12
Hass	2,68
Otras Variedades	2,95
Albaricoque Moniquí	4,45
Otras Variedades	4,45
Almendra	1,50
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nour	14,45
Fresón Otras Variedades	2,95
Guayaba/o Otras Variedades	1,45
Higo Chumbo	1,25
Kiwi Kiwigold	7,40
Pulpa Verde	3,85
Limón Fino o Primafiori	1,05
Otras Variedades	1,08
Verna	1,06
Mandarina Clemen-Late	1,15
Ortanique	1,15
Manzanas Fuji	1,15
Golden	1,75
Granny Smith	1,60
Otras Variedades	1,45
Reineta	1,85

Royal Gala	1,75
Starking o Similares	1,60
Melocotón Baby Gold, Amarillo	3,55
Merryl y Elegant Lady, Rojo	3,55
Melón Galia	1,75
Piel de Sapo y Similares	1,53
Naranja Lane Late	1,10
Navel	1,05
Navel Late	1,05
Otras Variedades	1,08
Valencia Late	1,05
Nectarina Carne Blanca	3,55
Níspero Algeria o Argelino	2,45
Nuez	4,20
Papaya Grupo Solo y Sunrise	0,95
Papayón (2-3 kg/ud)	0,95
Paraguay Otras Variedades	4,45
Pera Conferencia	1,50
Ercolini / Morettini	1,75
Otras Variedades	1,30
Piña Golden Sweet	2,39
Plátanos Canarias Primera	0,91
Canarias Segunda	0,75
Canarias Extra	1,08
Pomelo Rojo	1,35
Sandia con Semilla	0,98
Sin Semilla	0,90
Uva Blanca, Otras Variedades	2,95
Red Globe, Roja	2,45
Frutas IV Gama	7,25
Resto de Frutas	0,95
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelgas Hojas Rizadas, Lyon	1,45
Ajo Blanco	2,35
Tierno o Ajete	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	0,95
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	0,74
Berros	1,45
Boniato o Batata	1,96
Brócoli, Brecol o Brócoli	1,67
Calabacín Blanco	0,67
Verde	0,35
Calabaza de Invierno	1,15
De Verano	1,15
Cebolla Grano Oro o Valenciana	1,13
Morada	1,19
Recas y Similares	0,35
Cebolletas o Cebolla Tierna	1,15
Col China o Pekinensis	0,95
Lombarda o Repollo Rojo	0,55
Repollo Hojas Rizadas	0,34
Coliflor	0,96
Endivia	0,95
Escarolas Rizada o Frisée	0,84
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Roja	2,50
Verde	3,50
Hinojo	2,45
Judía Verde Boby	1,87
Verde Otras Variedades	3,06
Laurel	9,50
Lechuga Otras Variedades	0,25
Romana	0,28
Maíz o Millo	1,09
Nabo	0,75
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o tipo Holandés	0,70
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,30
Otras Variedades	1,06
Rojo Lamuyo	1,56
Verde Italiano	1,95
Verde Padrón	1,52
Puerro	0,89
Rábano y Rabanilla	0,15
Remolacha Común o Roja	0,75
Seta Champiñón	1,95
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,15
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	1,08
Liso Rojo Canario	1,55
Otras Variedades	0,35
Zanahoria o Carlota Nantesa	1,84
Jengibre	2,65
Name o Yame	2,95
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,55
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel)	Euros/kg
Blanca, Otras Variedades	0,93
Blanca Spunta	1,10
Otras Variedades	1,05

Roja, Otras Variedades	0,95
------------------------	------

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 27 de abril al 3 de mayo de 2020, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	1,76
Aguacate Hass	2,99
Albaricoque Búvida	2,21
Otras Variedades	2,32
Almendra	7,60
Ciruella Golden Japan y	
Songold, Amarilla	2,43
Otras Familia Black, Roja	2,57
Fresón Camarosa	2,25
Ventana	2,00
Kiwi Kiwigold	5,70
Pulpa Verde	2,52
Lima Otras Variedades	0,56
Limón Fino o Primafiori	0,61
Verna	0,70
Mandarina Clemenule	1,86
Fortuna	0,50
Marisol	0,88
Otras Variedades	1,95
Manzanas Fuji	0,75
Golden	0,69
Otras Variedades	2,16
Pink Lady	0,72
Royal Gala	0,50
Starking o Similares	0,90
Melocotón Otras Variedades	1,11
Melón Galia	0,74
Otras Variedades	0,68
Piel de Sapo y Similares	1,70
Naranja Lane Late	0,81
Navel	0,60
Navel Late	0,79
Navelina	0,84
Otras Variedades	0,51
Valencia Late	0,61
Nectarina Carne Amarilla	2,60
Otras Variedades	1,34
Níspero Algeria o Argelino	1,57
Otras Variedades	0,87
Papaya Grupo Solo y Sunrise	4,80
Pera Agua o Blanquilla	1,18
Conferencia	1,27
Ercolini / Morettini	2,52
Otras Variedades	1,00
Piña Golden Sweet	1,07
Plátano Americano o Banana	0,73
Americano Otras Variedades	1,50
Canarias 1ª	1,11
Canarias 2ª	0,44
Canarias Extra	1,33
Pomelo Amarillo	0,72
Rojo	1,06
Sandia con Semillas	1,07
Otras Variedades	0,99
Sin Semillas	1,19
Uva Blanca Otras Variedades	3,79
Red Globe, Roja	2,55
Sin Semilla Negra	2,76
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Lisas, Verde	0,60
Otras Variedades	0,66
Ajo Morado	3,39
Tierno o Ajete	3,36
Alcachofa Blanca de Tudela	1,37
Otras Variedades	0,70
Apio Verde	0,51
Berenjena Morada	0,77
Otras Variedades	0,55
Boniato o Batata	1,10
Brócoli o Brócoli o Brecol	1,09
Calabacín Blanco	1,25
Verde	0,74
Calabaza Otras Variedades	0,80
Cardo	0,88
Cebolla Blanca Dulce Fuentes de Ebro	0,67
Grano de Oro o Valenciana	0,66
Morada	0,75
Otras Variedades	0,65
Cebolleta Tierna	2,10
Chirivía	1,21
Col de Hojas Lisas	0,50
Lombarda o Repollo Rojo	0,39
Repollo Hojas Rizadas	0,65
Coliflor	1,00
Endivia	2,20
Escarola Otras Variedades	1,05

MERCADOS NACIONALES

Espárrago Otras Variedades.....	2,33
Verde o Triguero.....	4,18
Espinaca.....	0,97
Haba Verde o Habichuela.....	1,50
Hinojo.....	0,84
Judía Verde Fina.....	2,47
Verde Perona.....	1,81
Lechuga Cogollo.....	1,90
Hoja de Roble.....	1,00
Iceberg.....	1,01
Lollo Rosso.....	1,00
Otras Variedades.....	0,90
Romana.....	0,17
Nabo.....	1,00
Pepino Alpicoz.....	1,32
Corto o Tipo Español.....	0,74
Otras Variedades.....	0,50
Perejil.....	0,60
Pimiento Otras Variedades.....	8,50
Rojo Lamuyo.....	0,67
Verde Italiano.....	1,33
Verde Padrón.....	2,30
Puerro.....	1,20
Remolacha Común o Roja.....	1,35
Seta Champiñón.....	1,67
Hongo Otras Variedades.....	2,25
Tomate Asurcado Verde raf.....	1,02
Cherry.....	1,80
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta.....	0,74
Liso Rojo Pera.....	0,94
Liso Rojo Rama.....	0,93
Liso Verde Rambo.....	0,86
Muchamiel.....	1,12
Otras Variedades.....	0,80
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	0,67
Carlota Otras Variedades.....	0,60
PATATAS Euros/kg	
Blanca Ágata (Confecc.).....	0,60
Blanca Ágria (Granel).....	0,49
Blanca Bintje (Granel).....	0,40
Blanca Otras Variedades (Confecc.).....	0,75
Blanca Otras Variedades (Granel).....	0,65
Blanca Spunta (Confecc.).....	0,63
Blanca Spunta (Granel).....	0,60
Otras Variedades (Granel).....	0,57
Roja Otras Variedades (Confecc.).....	0,44
Roja Otras Variedades (Granel).....	0,61

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 30 de abril al 1 de mayo de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacates.....	3,50
Fresones.....	1,40
Limones.....	1,05
Manzanas Golden.....	1,30
Roja.....	1,50
Naranjas Navel.....	1,10
Nísperos.....	1,95
Pera Blanquilla.....	1,35
Passacassana.....	1,50
Plátanos.....	1,15
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofas.....	1,30
Cebollas.....	0,35
Espárragos.....	3,45
Judías Verdes Perona.....	1,85
Lechugas.....	0,46
Patatas Calidad.....	0,40
Tomates Verdes.....	1,70

Mercasevilla

Información de precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 30 de abril al 1 de mayo de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacates.....	3,30
Fresones.....	1,90
Limones.....	0,96
Manzanas Golden.....	1,49
Roja.....	1,55
Naranjas Navel.....	1,06
Nísperos.....	1,95
Pera Blanquilla.....	1,48
Passacassana.....	1,31
Plátanos.....	1,15
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofas.....	1,26
Cebollas.....	0,53
Espárragos.....	5,20
Judías Verdes Perona.....	1,80
Lechugas.....	0,52
Patatas Calidad.....	0,68
Primor.....	0,50
Tomates Maduros.....	0,85
Verdes.....	0,95

Mercavalencia

Información de precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 30 de abril al 1 de mayo de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacates.....	3,75

Fresones.....	1,80
Limones.....	0,90
Manzanas Golden.....	0,55
Roja.....	0,55
Naranjas Navel.....	0,90
Nísperos.....	2,00
Pera Blanquilla.....	1,00
Plátanos.....	1,10
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofas.....	0,30
Cebollas.....	0,20
Espárragos.....	3,60
Judías Verdes Perona.....	3,00
Lechugas.....	0,30
Patatas Calidad.....	0,38
Primor.....	0,60
Tomates Maduros.....	0,50
Verdes.....	0,90

Mercamurcia

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 27 de abril de 2020. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A. Precio frecuente.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacate Fuerte.....	2,00
Hass.....	2,10
Otras Variedades.....	2,10
Albaricoque Otras Variedades.....	2,00
Cerezas Otras Variedades.....	9,00
Chirimoya Fina de Jete.....	1,90
Ciruela Otras Familias Black, Rojas.....	2,15
Otras Variedades.....	4,50
Coco en Seco (caja 10-14 p).....	0,85
Dátil Deglet Nour.....	3,25
Medjooul.....	7,50
Otras Variedades.....	3,20
Fresón Otras Variedades.....	1,50
Higo Chumbo.....	6,00
Kiwi Pulpa Verde.....	2,25
Otras Variedades / Nacional.....	1,40
Lima Mejicana (ácida).....	1,80
Limón Verna.....	0,70
Mandarina Otras Variedades.....	1,40
Mango Haden.....	2,10
Tommy Atkins.....	2,25
Otras Variedades.....	5,50
Manzanas Golden.....	0,90
Starking o similares.....	0,90
Granny Smith.....	1,30
Royal Gala.....	0,95
Fuji.....	1,10
Pink Lady.....	1,70
Melocotón Otras Variedades.....	1,50
Melón Piel de Sapo (y similares).....	1,20
Naranja Valencia Late.....	0,50
Navel Late.....	0,70
Lane Late.....	0,75
Otras Variedades.....	0,70
Nectarina Otras Variedades.....	1,25
Níspero Otras Variedades.....	1,75
Nuez.....	3,75
Papaya Otras Variedades.....	1,30
Paraguay Otras Variedades.....	2,00
Pera Ercolini / Morettini.....	1,75
Conferencia.....	1,15
Piña Golden Sweet.....	1,30
Otras Variedades.....	1,00
Plátanos Canarias Extra.....	1,10
Canarias Primera.....	0,95
Canarias Segunda.....	0,80
Americano o Banana.....	0,80
Macho.....	1,30
Pomelo Rojo.....	0,50
Sandía con semilla.....	0,90
Sin semilla.....	1,10
Uva Red Gobe, Roja.....	1,40
Sin semillas, Negra.....	1,90
Sin semillas, Blanca.....	1,80
Tamarindo.....	2,00
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga Hojas Lisas, Verde.....	0,50
Ajo Blanco.....	2,00
Tierno o Ajete.....	2,20
Morado.....	2,25
Otras Variedades.....	1,50
Alcachofa Blanca Tudela.....	1,60
Otras Variedades.....	1,50
Apio Verde.....	0,50
Amarillento.....	0,55
Berenjena Morada.....	1,40
Otras Variedades.....	0,70
Boniato o Batata.....	0,80
Brócoli/Brecol.....	1,25
Calabacín Verde.....	0,70
Blanco.....	0,80
Calabaza de Verano.....	0,75
De Invierno.....	1,80
Otras Variedades.....	0,90
Cebolla Grano de Oro / Valenciana.....	0,40
Babosa.....	0,30
Morada.....	0,50
Blanca Dulce de Ebro.....	1,15
Tierna o Cebolleta.....	0,70
Chirivía.....	0,90
Col Repollo Hojas Rizadas.....	0,45
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,50
Coliflor.....	1,40
Endivia.....	1,90

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

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 27 de abril al 3 de mayo de 2020, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife, Mercatenerife.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacates Fuertes (local).....	2,00
Hass (no local).....	2,90
Hass (local).....	3,00
Albaricoques (no local).....	3,90
Cerezas (no local).....	13,50
Ciruelas Amarillas (no local).....	2,60
Cocos (no local).....	1,00
Fresones (no local).....	2,20
(local).....	3,60
Limón Otros (no local).....	1,20
Otros (local).....	1,20
Primofiori (no local).....	1,00
Mandarinas Otras (no local).....	1,70
Ortanique (no local).....	1,50
Manzanas Otras (no local).....	3,10
Golden (no local).....	1,50
Reineta (no local).....	2,00
Granny Smith (no local).....	1,80
Red Chief (no local).....	1,80
Royal Gala (no local).....	1,60
Melocotones Otros (no local).....	2,30
Melones Piel de Sapo (no local).....	1,70
Naranjas Valencia Late (no local).....	1,15
Zumo Pequeña (local).....	0,90
Salustiana (no local).....	1,20
Navel Late (no local).....	1,20
Nectarinas (no local).....	2,90
Nísperos (no local).....	2,25
Peras Otras (no local).....	1,00
Conference (no local).....	1,30
Lima (local).....	2,00
Piña Tropical (local).....	1,70
Plátanos Extra (local).....	1,10
Primera (local).....	0,80
Segunda (local).....	0,60
Pomelos (no local).....	0,80
(local).....	1,20
Sandías (no local).....	1,00
(local).....	1,00
Uva Blanca (no local).....	2,90
Red Globe (no local).....	2,50
Papaya Hawaiana (local).....	0,60
Cubana (local).....	0,50
Híbrida (local).....	0,50
Guayabos (local).....	3,50
Kiwi (no local).....	2,10
Kiwano (local).....	1,70
Duraznos Grandes (local).....	3,50
Pequeños (local).....	2,50
Parchita (local).....	2,80
Carambola (local).....	3,00

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 20 al 26 de abril 2020. Precios origen. Semana 17/2020.

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 Verna todo Limón: 0,72-0,90 €/Kg. Valor medio: 0,81 €/Kg.

Cotizaciones en campo firmes en un abanico amplio, en función de calibre y fecha de recolección. Mercado activo, pero con incertidumbres derivadas de la situación excepcional con riesgo de que el mercado se llene lo que provocaría una corrección, con ralentización en algunos mercados sobre todo para los calibres más gordos. Nos podemos encontrar en una montaña rusa en la que igual se sube que se baja.

La euforia y recalentamiento provoca el adelanto de campaña de **hemisferio Sur** con volúmenes ya en el agua con destino a **Europa**.

POMELO

Con la reducción de la oferta, los precios aumentan. Aunque las importaciones de **España** e **Israel** duren tres semanas más, los volúmenes de entrada están disminuyendo. Mientras tanto, la demanda sigue siendo dinámica en toda **Europa** y el ritmo de las ventas se intensifica. A largo plazo, las primeras llegadas significativas de **Sudáfrica** deberían llegar a **Europa** a partir de la próxima semana.

HORTALIZAS Euros/kg	
Acelgas (local).....	0,60
Ajos País (local).....	4,50
Ajos (no local).....	3,60
Albahaca (local).....	7,50
Alcachofas (local).....	3,00
Apio (local).....	1,80
Berenjenas Moradas (local).....	0,70
Bubangos (local).....	2,00
Calabacines (local).....	0,40
Redondos (local).....	0,60
Zucchini (local).....	0,60
Calabazas (local).....	1,00
Cebollas Cebolletas (local).....	1,30
Blancas (no local).....	0,80
Blancas (local).....	0,80
Moradas (no local).....	1,20
Moradas (local).....	1,20
Coles Repollo (local).....	0,35
Lombardas (local).....	0,55
Coliflor (local).....	1,20
Champiñón (no local).....	2,25
Escarolas (local).....	1,00
Espárragos Trigueros (no local).....	3,50
Espinacas (local).....	1,60
Habas Verdes (local).....	2,50
Habichuelas Redondas Boby (local).....	1,70
Coco Planas (local).....	1,20
Lechugas Batavia (local).....	0,80
Romanas Alargadas (local).....	2,10
Iceberg (local).....	1,00
Cogollos de Tudela (local).....	6,00
Hoja de Roble (local).....	1,95
Lollo Rosso (local).....	1,80
Nabos (local).....	2,00
Colinabos (local).....	1,60
Pepinos (local).....	0,50
Perejil (local).....	2,60
Pimientos Verdes (local).....	1,20
Rojos (local).....	1,60
Manzanas Otras (no local).....	2,20
Amarillos (local).....	1,60
Puerros (local).....	0,70
Rabanillas (local).....	1,00
Rábanos (local).....	1,12
Rúcula (local).....	4,80
Setas (no local).....	4,50
(local).....	7,00
Tomates Pera (local).....	1,30
Salsa (no local).....	0,50
Salsa (local).....	0,50
Ensalada (no local).....	0,90
Ensalada (local).....	0,70
Cherry (local).....	2,40
Tamarillo (local).....	1,80
Tomillo (local).....	7,50
Zanahorias Segunda (no local).....	0,60
Segunda (local).....	1,00
Primera (local).....	1,70
Batatas Otras (no local).....	1,80
De Lanzarote (no local).....	1,80
Yema de Huevo (local).....	2,00
Blancas (local).....	1,50
Laurel (local).....	7,00
Pimientos Otras (local).....	3,80
Palmeras Secas (local).....	23,00
Palmera (local).....	6,00
Berros (local).....	1,80
Arvejas (local).....	4,00
Beterrada (local).....	1,10
Guayabos (local).....	2,80
Chayote (local).....	2,80
Maíz Dulce (no local).....	1,20
Dulce (local).....	0,85
Ñames (local).....	5,50
Yuca (no local).....	1,90
Jengibre (no local).....	5,60

Pantanas (local).....	1,20
Hinojo (local).....	18,00
Piña de Millo (local).....	2,70
Brecol (local).....	1,10
Hierba Huerto (local).....	4,50
PATATAS Euros/kg	
Papas Otras Blancas (no local).....	0,65
Otras Blancas (local).....	0,90
Up to Date (local).....	1,50
King Edward (local).....	1,40
Cara (local).....	1,10
Rosada (local).....	1,60
Negra (local).....	5,50
Spunta (no local).....	1,30
Spunta (local).....	1,30
Negra Oro (local).....	5,50
Slaney (local).....	1,20
Red-Cara / Druid (local).....	1,20
Colorada Baga (local).....	3,50
Galáctica (local).....	1,30
Rooster (local).....	1,50

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 30 de abril de 2020, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacate (ud.).....	1,30
Coco.....	0,95
Granada.....	0,70
Kiwi.....	1,30
Limón.....	0,90
Manzana Royal Gala.....	0,85
Golden.....	0,75
Melón Galia.....	0,90
Membrillo.....	0,70
Naranja.....	0,85
Pera.....	0,65
Conferencia.....	0,82
Piña.....	1,30
Plátano de Canarias.....	0,85
Banana.....	0,90
Papaya.....	1,60
Pomelo.....	0,95
Uva Blanca.....	1,45
Roseti.....	1,50

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 17, del 21 al 27 de abril 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>		
Naranjas Navel Powell	0,55-0,70	Alicante
Navel Powell	0,38-0,64	Lonja Valencia
Naranjas Blancas Valencia Late	0,40-0,71	Alicante
Valencia Late	0,31-0,59	Castellón
Valencia Late	0,36-0,55	Valencia
Valencia Late	0,34-0,64	Lonja Valencia
LIMONES		
Verna	0,65-0,80	Alicante
FRUTAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Níspero Algar	0,82	Alicante
HORTALIZAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,40-0,64	Alicante
	0,64	Castellón
	0,96-1,28	Valencia
Ajo Tierno (garba)	1,00-1,20	Alicante
Alcachofa Consumo fresco	0,40-1,17	Alicante
Consumo fresco	0,60-0,85	Castellón
Industria Corazones	0,30-0,90	Alicante

Industria Perolas	0,09-0,10	Alicante
Industria Troceado	0,17-0,26	Alicante
Industria Troceado	0,38-0,45	Castellón
Apio Verde	0,20-0,26	Alicante
Verde	0,18-0,28	Castellón
Berenjena Rayada	0,60-0,77	Alicante
Rayada	0,68-0,85	Castellón
Boniato Blanco	1,33-1,45	Alicante
Rojo	0,70	Alicante
Calabacín Blanco	1,06	Alicante
Calabaza Tipo Cacahuete	0,35-0,71	Alicante
Cebolla Spring	0,17-0,31	Valencia
Tierna (manejo 3 uds.)	0,60	Alicante
Tierna (manejo 3 uds.)	0,50	Valencia
Col China	0,60-0,65	Castellón
Lombarda	0,25-0,28	Castellón
Brócoli	0,50-0,70	Alicante
Brócoli Industria	0,10-0,12	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,11-0,17	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,32-0,43	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,20-0,29	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,12-0,15	Alicante

Repollo Hoja Rizada	0,32-0,50	Castellón
Coliflor Blanca	0,44-0,80	Alicante
Blanca	0,45-0,91	Castellón
Escarola Hoja Rizada	0,31-0,36	Alicante
Espinaca	0,89-1,25	Alicante
	1,26-1,68	Valencia
Guisante Verde Grano,		
consumo fresco	1,00	Castellón
Haba Muchamiel	0,35-0,85	Castellón
Valenciana	0,54-0,97	Alicante
Lechuga Little Gem	0,49-0,53	Alicante
Maravilla	0,30-0,43	Castellón
Romana	0,23-0,31	Alicante
Romana	0,28-0,32	Castellón
Romana	0,18-0,26	Valencia
Trocadero	0,47	Castellón
Patata Blanca	0,30-0,43	Alicante
Pepino Blanco	0,26-0,43	Alicante
Pimiento California Amarillo	1,40	Alicante
California Rojo	1,80-2,30	Alicante
California Verde	0,97-1,20	Alicante
Industria	0,14-0,22	Alicante

Lamuyo Rojo	1,00-2,35	Alicante
Lamuyo Verde	0,34-1,40	Alicante
Tomate Acostillado	1,09-1,46	Alicante
Valenciano	1,75-2,20	Valencia
FRUTOS SECOS		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	4,41-4,51	Alicante
Comuna	4,80-5,00	Castellón
Largueta	4,61-4,71	Alicante
Marcona	5,86-5,96	Alicante
Marcona	6,00-6,25	Castellón
Planeta	4,41-4,51	Alicante
INDUSTRIALES		
<i>(Entrada almacén. Cotización más frecuente)</i>		
Aceite Oliva Lampante >2°	1,50-1,65	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	1,90-2,00	Castellón
Oliva Virgen Extra	2,15-2,20	Castellón
Garrofa Entera	0,55-0,61	Castellón
Miel de Milflores	2,40	Castellón
De Romero	3,00	Castellón

Rama campo 2ª	127,00
AVENA	
Avena Blanca	184,00
Rubia	184,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada Pienso -62 kg/hl	154,00
Pienso +62 kg/hl	159,00
CENTENO	
Centeno	172,00
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	177,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo Duro Proté=13%	242,00
Duro Proté=12%	237,00
Extensible Chamorro	220,00
Forrajero	191,00
Gran Fuerza w 300	212,00
Media Fuerza w -300	199,00
Panificable	194,00
Triticales	180,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	223,00
Yero Grano	213,00

Lonja de Barcelona

Precios de cereales, frutos secos y legumbres, en la Lonja de Barcelona del 28 de abril 2020. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	185,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	177,00
CENTENO	
Centeno	179,00
COLZA	
Importación 34/36%	315,00
GARROFA	
Harina	200,00
Troceada	210,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	189,00
GIRASOL	
Girasol Importación 34%	234,00
Semillas de Girasol	355,00
Torta de Girasol	232,00
MAÍZ	
Importación	179,00
Importación CE	183,00
MIJO	
Importación	420,00
SOJA	
Harina Soja Import. 47%	338,00
Harina Soja Nacional 47%	338,00
Salvados de Soja	190,00
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	165,00
Forrajero	208,00
Panificable, mín. 11	212,00
FRUTOS SECOS	
ALMENDRAS	
Común 14 mm	7.250,00
Largueta 12/13 mm	6.350,00
Largueta 13/14 mm	6.550,00
Marcona 14/16 mm	9.700,00
Marcona 16 mm	9.900,00
AVELLANAS	
Negreta, en grano	6.500,00
LEGUMBRES	
ALUBIAS	
Importación Michigan	1.200,00
Pinta Bañeza	1.500,00
Planchet Bañeza	2.520,00
Carillas	1.285,00
GARBANZO	
Import. Méjico	1.550,00
Import. Méjico	1.300,00
Import. Méjico	1.195,00
Import. USA	1.150,00
Import. USA	1.020,00
LENTEJAS	

La Mancha 6/7 mm	935,00
Import. USA Par.	970,00
Import. USA Reg.	845,00
Salamanca Gigant	1.197,00

Lonja de Binefar

Información de precios orientativos de los cereales, acordados como más representativos, referidos al 29 de abril de 2020. Sobre camión destino fábrica, posición Binefar.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz	181,00
Cebada 64 k/hl	173,00
Trigo Pienso	204,00
Panificable	211,00
ALFALFA	
Rama 1ª -A	145,00-150,00
Rama 1ª -B	133,00-138,00
Rama 2ª	124,00-129,00
Rama 3ª	100,00-105,00

Precio medio s/camión salida fábrica de la zona

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios del día 23 de abril de 2020. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

OTROS PRODUCTOS	Euros/Tm
Cebada	169,00
Avena	198,00
Maíz	174,00

Próxima sesión, 14 de mayo de 2020.

Lonja de León

Información de precios orientativos agrarios del día 29 de abril de 2020, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	191,00
Cebada	161,00
Centeno	159,00
Avena	190,00
Maíz	165,00
ALUBIAS (22-04)	
Canela	1,25
Negra	2,20
Palmeña Redonda	1,60
Planchada	1,20
Plancheta	1,45
Pinta	0,80
Riñón de León	0,95
Redonda	1,00

PATATAS (22-04)	Euros/Tm
Agria	200,00
Kennebec	190,00
Red Pontiac	190,00
Red Scarlett	160,00
Hermes	170,00
Yona	160,00
FORRAJES (22-04)	
Alfalfa paquete en rama	192,00
Paquete deshidratado	229,00
Paja 1ª (Cebada)	48,00
Veza forraje de 1ª	156,00
Forraje	126,00

Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del día 23 de abril de 2020. Cotización para pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidor, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona	6,28
Largueta	5,25
Comuna	4,95
Ferragnes	5,00
Garrigues	5,00
Guara	5,06

Ramillete	5,09
Comuna Ecológica	9,03

Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 27 de abril de 2020, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	196,00
Cebada P.E. (+64)	169,00
Avena	196,00
Centeno	169,00
Triticale	184,00
Maíz (14°)	178,00
FORRAJES	
Paja, paquete grande	55,00

Lonja de Zamora

Información de precios de la Mesa de Cereales del 28 de abril de 2020 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	188,00
Coliflor (unidad)	1,10
Cebada	162,00

Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 30 de abril de 2020. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa Empacada	192,00
Avena	180,00
Cebada Nacional de 62 Kg/Hl	161,00
Centeno	161,00
Colza	320,00
Girasol 9-2-44	305,00
Paja Empacada	47,00
Trigo Nacional Pienso 72 Kg/Hl	188,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 21 de abril de 2020. Origen almacén agricultor con capacidad de carga y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
CEBADA	
Igual y más de 64	173,00
Menos de 64	171,00
MAÍZ	
Nacional	181,00

Próxima sesión: 5 de mayo de 2020.

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 24 de abril de 2020. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2019-2020).

CEREALES	Euros/Tm
Maíz Secadero	180,00
Cebada Pienso +62 kg/hl	163,00
-62 kg/hl	157,00
Avena Rubia	193,00
Blanca	193,00
Trigo Duro Pr>12 PE>78 V>75	248,00
Pienso +72 kg/hl	194,00
Fuerza +300w +14 pr	219,00
Media Fuerza -300w +12,5 pr	203,00
Panificable Pr >11, W<200	200,00
Chamorro	236,00
Triticale	183,00
Garbanzo sin limpiar	330,00

NOTA: Mismos síntomas que en la semana precedente, con pocas operaciones destinadas básicamente a la reposición de mercancía y una oferta que supera a la demanda. Leves descensos generalizados en los cereales.

Próxima reunión, el viernes 8 de mayo de 2020.

Generalitat Calalunya

Evolución semanal de precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas del 27 de abril al 3 de mayo y hortalizas, del 20 al 26 de abril de 2020, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

FRUTAS	Euros/Kg
Mercolleida (Semana 18)	
MANZANAS	
Golden I, 70 i +	0,38
Verde Americana 70+	0,38
PERAS	
Conference 60 i +	0,90
HORTALIZAS (Semana 17)	
El Llobregat	
Apio (unidad)	0,50
Acelga	0,50
Brócoli (unidad)	1,90
Calçots (unidad)	0,07
Alcachofa	0,70
Cebolla Tierna (manejo)	0,60
Col (unidad)	0,80
Coliflor (unidad)	1,10
Lechuga Romana (unidad)	0,40
Espinacas	0,70
Habas	0,60
Zanahoria	0,35
Puerro (manejo)	0,70
El Maresme	
Ajo Tierno (manejo)	0,55
Apio (unidad)	0,60
Acelga (manejo)	0,55
Alcachofa	0,70
Cebolla Tierna (manejo)	0,80
Col Hoja Lisa (unidad)	0,45
Lechuga Romana (unidad)	0,45
Hoja Rizada (unidad)	0,40
Espinaca	0,60
Perejil (manejo)	0,40
Zanahoria (manejo)	0,50
Puerros	0,50
Rábano (manejo)	0,30

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

Precios sectoriales de referencia de manzanas y peras obtenidos en base a las informaciones facilitadas por las principales centrales hortofrutícolas que representan un porcentaje significativo de la producción de Catalunya. Al 19 de abril de 2020. Campaña 2019-2020.

MANZANAS	Euros/Kg
Golden I 65-70 mm	0,56
Golden I 70-75 mm	0,55
Golden I 75-80 mm	0,64
Golden I 80 y + mm	0,62
Golden II	0,26
Gala (color +50%) II	0,14
Granny Smith I 70-75 mm	0,70
Granny Smith I 75-80 mm	0,73
Granny Smith I 80 y + mm	0,93
Amarillas Americanas I 65-70 mm	0,66
Amarillas Americanas I 70-75 mm	0,58
Amarillas Americanas I 75-80 mm	0,62
Amarillas Americanas I 80 y + mm	0,67
Amarillas Americanas I	0,30
Fuji (color +50%) I 75-80 mm	0,91
Fuji (color +50%) I 80 y + mm	

MERCADOS NACIONALES

Salvado de Trigo Cuartas, disponible Valencia	168,00
Hojas, destino Valencia	225,00
<i>Precios por tonelada a granel</i>	
GARROFAS Y DERIVADOS	Euros/Tm
Variedad Matalafera y similares (Casi sin existencias)	
Troceada Integral, origen.....	210,00-220,00
Troceada sin Harina, origen.....	230,00-250,00
Troceado Fino, disp. origen.....	190,00-210,00
<i>Precios por tonelada a granel</i>	
Garrofin, sin existencias	
LEGUMBRES	Euros/Tm
<i>Disponible origen</i>	
ALUBIAS	
Redonda Manteca	2.100,00
Pintas Granberry	1.700,00
Michigan	1.600,00
Canellini Argentina 170/100	1.400,00
Great Northen.....	1.100,00
Blackeyes	1.550,00
Negras	1.400,00
Garrofón	2.150,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46	1.600,00
Nuevos 34/36	1.950,00
Nuevos 50/52	1.500,00
LENTEJAS	
USA Regulars.....	1.250,00
Laird Canadá	1.100,00
Stone	850,00
Pardina Americana.....	1.050,00
<i>Precios euros/ton. en mercancía envasada.</i>	
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11, disp. origen.....	2.000,00
Chino 11/13, disp. origen	1.900,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Jumbo Americano runner 38/42, disp. Valencia	1.850,00
Mondado Origen Argentina 38/42 disponible Valencia	1.750,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia.....	9.700,00
Largueta 13/14 mm, Valencia.....	8.500,00
<i>Precios tonelada, en mercancía envasada.</i>	
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm, disponible Valencia	9.500,00
PATATAS	Euros/Tm
Agria, disponible Valencia.....	360,00
Lavada, origen Francia, disp. Val.....	500,00
Elodie, origen Francia, disp. Val.....	320,00
Nueva de Cartagena, disp. Val.	500,00
<i>Precios s/origen y calidad envasada 25 kgs.</i>	
CEBOLLAS	Euros/Tm
Variedad Grano, calibres 1 al 6, cámara disponible origen.....	
	120,00-180,00

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, percibidos por el agricultor, del 20 al 26 de abril de 2020, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euros/Tn
Trigo Media Fuerza	19,23
Pienso	18,63
Cebada Malta	17,13
Pienso	16,02
Triticale	17,48
FORRAJERAS	Euros/Tn
Heno de Alfalfa	12,50
PATATAS	Euros/Tn
Consumo contrato	14,00
Industria frito	14,00
Industria congelado	11,80
CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón, Bandeja (Pie Cortado)	2,40
Industria 1ª Raíz.....	0,81
Industria 2ª (Pie Cortado)	0,78
Seta Ostra, Granel.....	1,35
Ostra Bandeja.....	2,60
Seta Shii-Take, Granel	4,00
HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla.....	0,60
Verde	0,50
Borrajá con Hoja Sucia.....	1,00
Lechuga Rizada (doc).....	1,70
Cogollos.....	2,10
Coliflor (doc)	13,00
Alcachofa Fresco (doc).....	0,95
Fresco	0,50
Espárrago Fresco IGP Navarra.....	2,50
Guisante Verde Fresco.....	2,35
Haba Calzón	1,30
Grano	0,70
FRUTAS	Euros/Kg
PERA	
Conferencia DOP	0,73
Conferencia 60+	0,68
MANZANA	
Golden 70+	0,35
Fuji 70+	0,45
ALMENDRAS CÁSCARA	Euros/Kg
Común.....	0,84
Largueta.....	1,09
Marcona	1,26
Floración Tardía.....	1,34
Ecológica.....	1,90

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 20 al 26 de abril de 2020.

CEREALES

■ **De invierno:** Las precipitaciones que se están produciendo en este mes de abril son por lo general bastante beneficiosas para la mayoría de los cultivos, sobre todo después del invierno tan seco y caluroso que hemos tenido. ■ **De primavera:** **Cádiz:** El estado fenológico más retrasado del cultivo del **maíz**, es el «BBCH 11-12 (Desarrollo de las primeras hojas)»; el predominante es «BBCH 19 (Desarrollo de más hojas)» y el más adelantado es «BBCH 33-35 (Desarrollo del tallo)». El **maíz** ha ralentizado su crecimiento debido a la bajada de temperaturas y las lluvias. **Granada:** En **la Vega de Granada** continúa la siembra de **maíz** a pesar de las lluvias intermitentes de estos días, aunque se prevé una pequeña disminución de la superficie de siembra, debido a la poca disponibilidad de agua de riego. **Sevilla:** El cultivo de **maíz** presenta muy buen estado, las lluvias le han beneficiado. Se han parado las labores de regabina en el cultivo debido al estado del terreno. Se ha interrumpido por las lluvias las siembras de **maíz** de ciclo **corto**.

LEGUMINOSAS

Almería: En el **yerros**, el estado predominante es el «BBCH 60 (Floración)», los más retrasados en «BBCH 51-59 (Inicio de Floración)», y el más avanzado el «BBCH 69 (Final de floración –cuaje)». **Cádiz:** El estado fenológico predominante de las **habas** es «BBCH 69-71 (Cuaje)»; el más avanzado es «BBCH 72-79 (Formación del fruto)» y el más tardío es «BBCH 67 (Fin de la floración)». **Córdoba:** Los **garbanzos** se están desarrollando con normalidad. El estado fenológico más avanzado es «BBCH 70-72 (Vainas asomando)» y el predominante es el «BBCH 67-69 (Cuaje)». Se realizan tratamientos preventivos contra la rabia y la esclerotinia. **Granada:** En **Loja**, el cultivo del **garbanzo** se desarrolla con normalidad a pesar de la bajada de temperaturas. **Huelva:** Se observan parcelas de **habas** con las vainas ya formadas y los frutos madurando. En cambio predominan fincas con las vainas en formación y se ven pocas parcelas en la fase final de floración e inicio de cuaje. Los **garbanzos**, se encuentran adelantados en fase de "alargamiento del tallo" para los más precoces y para los más tardíos "desarrollo de hojas". Se dan tratamientos fungicidas para la "rabia del garbanzo". **Jaén:** Las **habas** en las comarcas de **Sierra Morena** y **Campiña Norte** se encuentran en fase de formación del fruto. Las más retrasadas en floración y finalizando la misma. En la misma zona, los **guisantes** se encuentran en fase de formación de las vainas y hay parcelas en diferentes estadios de la floración de la planta. **Málaga:** Las **habas** más adelantadas están con las vainas formadas y madurando los primeros frutos; las más tardías finalizan la floración. Los **garbanzos** han tenido una buena nascencia y están evolucionando bien. En la comarca **Centro** se siembran del tipo **Pedrosillano**.

TUBÉRCULOS DE CONSUMO HUMANO

Granada: En **la Vega de Granada**, la bajada de temperaturas está provocando una ralentización en el crecimiento del cultivo de **patata**. El contenido de humedad del suelo es óptimo. Las parcelas sembradas se encuentran aproximadamente en un estado fenológico «BBCH 11 (1a hoja del tallo principal, desplegada)» hasta «BBCH 21 (Primer brote basal lateral, visible (> 5 cm))». **Jaén:** El estado fenológico de las **patatas de media estación** más tardío es el «BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas)»; el predominante es «BBCH 21-25 (Formación de los brotes laterales)» y el más avanzado es «BBCH 26-29 (Formación de los últimos brotes)». Se están dando tratamientos fungicidas para combatir el mildiu. **Sevilla:** Empieza la recolección de las primeras variedades plantadas de patata temprana en las comarcas de **La Vega** y **Aljarafe**. La recolección está siendo de forma manual. El resto se encuentra engordando. La campaña ha tenido problemas de mildiu en zonas puntuales, pero donde ha atacado fuertemente se ha ido por completo. La producción está por debajo de una campaña normal en un 5-8% menos.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** En los invernaderos de la zona de **Níjar**, la producción de **tomate Cherry** de ciclo largo sigue su evolución normal, y en las plantaciones de primavera empieza la recolección. Como hay poca producción, los precios van bien. Las **sandías** se están cortando con buena calidad, aunque las que se han cuajado y desarrollado en días nublados tienen peor calidad. Los precios mejoran. En la comarca del **Poniente almeriense**, los invernaderos con plantaciones de **pimientos** con un ciclo productivo único están aguantando lo más posible para arrancar, teniendo en cuenta que los precios se mantienen altos. Las plantaciones de primavera de **tomate** se encuentran en plena recolección. Las que quedan de **ciclo largo**, siguen aguantando. Continúa la recolección de **berenjenas**. Las matas se mantendrán hasta el mes que viene, que comenzarán a ser arrancadas. Las plantaciones de primavera de **pepinos** se encuentran en plena producción y se mantendrán en cultivo si los precios mejoran. De lo contrario, muchos agricultores arrancarán sus plantaciones pronto. En los invernaderos de **calabacines**, la alta humedad de semanas anteriores sigue afectando a las plantaciones. Prosigue la instalación de colmenas en las plantaciones más tardías de **sandías**. Las plantaciones se encuentran en todos los estadios: crecimiento, floración, cuajado, engorde y algunas en recolección. La poca luz de los días nublados afecta negativamente a este cultivo, con caída de flores y mayor desarrollo vegetativo. Ha comenzado la recolección de **melones** del tipo **Galía** que se plantaron en diciembre-enero, pero se observan invernaderos con las plantas en floración (con colmenas) engordando y madurando. En los semilleros, ocupan sus instalaciones partidas de plantas de variedades tardías, algunas para plantaciones al aire libre de otras comarcas y los primeros **pimientos** para zonas tempranas de esta comarca. **Granada:** El cultivo de **tomate Cherry** y tipo **Pera** continúa en recolección. Se recogen también invernaderos de **pimiento Melchor rojo** y **Palermo** con unas producciones de unos 6 kg/m². Se trata de una parte minoritaria de los productores. En la zona de **Motril**, el cultivo de **sandia** se está desarrollando correctamente, se continúan introduciendo colmenas, las cuales se mantendrán durante 15 días, dependiendo de la climatología. En **Motril** continúa cosechándose **pepino español** y **francés** aunque se trata de una parte minoritaria. Las producciones medias son de 10-12 kg/m². En la zona de **Albuñol**, la cosecha de **berenjena** continúa desarrollándose positivamente con producciones de unos 9-10 kg/m². Las variedades más cultivadas son la **Tema** y **Cristal**. **Huelva:** El cultivo de la **fresa** sigue viéndose afectado por la coyuntura actual en la que los costes relativos a la mano de obra y al transporte se han incrementado, lo que hace que haya ya pequeños agricultores que arrancan sus plantaciones bastante antes de un año normal. **Málaga:** Se están recolectando **tomates** en los invernaderos de **Vélez-Málaga**, variedades como la **Covey**, **Anairis**, **Cabrera** y **Bernal**. Esta semana han salido de los invernaderos **tomates Daniela verde**, **tomates de Pera**, algo de **Kumato**, **Cherry** y de **Cherry en rama**. Se están recolectando **pimientos** en los invernaderos de las variedades **Palermo**, **Sandro** y **Veleta**. Los **pimientos de ciclo corto** plantados estos últimos meses presentan un buen desarrollo vegetativo. Dos de las variedades más empleadas de **pimientos Lamuyos** son **Tinsena** y **Balzac**. ■ **Al aire libre:** **Granada:** En la zona de **la Vega**, el cultivo de **ajo** ha ralentizado su crecimiento debido a las bajas temperaturas y a las lluvias. Todo hace pensar que la recolección comenzará en la segunda quincena de mayo. El principal problema que preocupa a los agricultores es la falta de mano de obra. La corta del **ajo** se realiza a destajo lo que origina una escasez de mano de obra especializada. En la zona de **la Vega** y **Zafarraya** continúa la recolección de la **alcachofa**. Las bajas temperaturas han ralentizado su desarrollo. La demanda de pedidos posibilita dar salida a la escasa producción. La producción de **espárrago** continúa estable. La lluvia y las bajas temperaturas la han reducido en un porcentaje muy importante. Esa circunstancia ha permitido mantener un cierto equilibrio entre la oferta y la demanda de producto. Se observa un incremento de los costes derivados de la logística, pues el transporte internacional ha subido. El sector mira con preocupación la entrada en producción de países como **Alemania**. En la zona de **la Vega de Granada**, el cultivo de **cebolla** ha ralentizado su crecimiento debido a las bajas temperaturas. El estado fenológico aproximado de la **cebolla Babosa** predominante es el «BBCH 47 (Se alcanza el 70% de la longitud y diámetro del bulbo o fuste esperado)» y el más retardado es el «BBCH 45 (El bulbo o fuste ha alcanzado el 50% de su diámetro final)». El estado fenológico más avanzado «BBCH 49 (Hojas muertas, bulbo completamente seco)». Se están recolectando **cebollitas** para consumo en fresco. La **cebolla Babosa** comenzará la recolección en el mes de mayo. **Jaén:** Las parcelas de **ajos** se encuentran en la fase final del engorde en la **Campiña Sur**. Los tratamientos para la roya y el mildiu se han sucedido a lo largo del mes de abril. Se han dado algunos tratamientos para trips. En las fincas se está escardando donde se está pudiendo entrar. Las **cebollas** continúan en fase de engorde tanto el tipo **Babosa** como el **Reca**. El cultivo lleva un adelanto de 2 semanas. Continúa la recolección del **espárrago verde**. En las parcelas de **espárrago blanco** se levantan plásticos y cortan. La campaña está adelantada debido a las temperaturas. Las **habas de verdeo** de la comarca **Campiña Norte** y

Sierra Morena destinadas al consumo humano ya se han recolectado. Nos hemos encontrado pocas parcelas y con escasa superficie. En la comarca de **Sierra Morena**, zona de **Marmolejo**, se observan algunas parcelas de **berenjenas** al aire libre que se están plantando en estos días que se ha retrasado debido al estado del terreno. La dosis de plantas es de 1 por metro cuadrado. **Sevilla:** En las **cebollas** ha empezado la recolección de las variedades más tempranas en la comarca de **La Vega** con buenos rendimientos y buenas cotizaciones. La recolección se está realizando de forma manual. El resto de parcelas se encuentran en fase de engorde en diferentes estados.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Almería:** El estado fenológico dominante en todas las variedades de **almendro** es el I (fruto joven) y en variedades tardías es «H (fruto cuajado)». En el **Alto Almanzora** han habidos días de mucha humedad en el ambiente, con nieblas. La falta de sol origina mermas del 60% en algunas variedades por abortos naturales en el cuaje, que suben hasta los 80-90% en el caso de la variedad **Guara**. Se observan los frutos en el suelo que dan fe de estas circunstancias. En **Los Vélez**, se observa una elevada incidencia de hongos, debido a una primavera húmeda, con pequeñas precipitaciones intermitentes y temperaturas templadas. A pesar de los tratamientos fungicidas que se están realizando, se ha producido caída de frutos. **Córdoba:** En los **almendros**, las favorables temperaturas de finales de invierno y comienzos de primavera han favorecido un buen cuajado y desarrollo de los frutos, encontrándonos actualmente en estado fenológico dominante "I (fruto joven)" – "J (fruto desarrollado)". Los frutos se encuentran muy desarrollados, incluso algunos con tamaño casi definitivo. Destacar que las últimas lluvias registradas además del beneficio de reposición del déficit hídrico que se venía arrastrando durante todo el invierno, han sido favorables para el desarrollo de enfermedades fúngicas aéreas e incluso del suelo, por lo que en algunas fincas se están realizando tratamientos de control de las mismas. **Granada:** En los **almendros** el estado fenológico dominante oscila entre el estado «H (fruto cuajado)» e «I (fruto joven)» dependiendo de si se trata de una variedad tardía o temprana. **Jaén:** El cultivo en las zonas más tempranas de **almendro** se encuentra en estado fenológico de "Fruto en crecimiento" y para las variedades más tardías de las zonas más altas en "Caída de pétalos". Se están dando en finca tratamientos fungicidas. El **pistachero** presenta un estado fenológico más avanzado que un año normal en unos 10-15 días. Para las variedades más precoces el fruto se encuentra en fase de cuajado y para las más tardías el estado principal es la plena floración. ■ **Frutales de hueso:** **Almería:** Las lluvias intermitentes de estas semanas van a producir rajado de las **cerezas**. No se espera una buena cosecha, por la falta de cuajado. Podrá comenzar la recolección de las variedades tempranas en un par de semanas. **Jaén:** El estado fenológico más tardío en los **cerezos** es «H (Cuaje)», el predominante «I (Fruto joven)» y el más avanzado «J (Fruto en desarrollo)». Los **cerezos** se encuentran en fase de engorde del fruto. Se practican algunos aclareos a los frutos más pequeños. Se realizan en las fincas labores de desbroce y aplicación de herbicidas. Gracias a las lluvias, las perspectivas han mejorado bastante y se espera una cosecha media-alta. Los frutos se encuentran con un calibre ahora mismo parecido a una canica. ■ **Frutales subtropicales:** **Granada:** En **Motril** se cosecha la variedad de **aguacate Lamb Hass**. Las producciones rondan los 8.000 kg/ha y en ocasiones incluso puede ser superior. En **Almuñécar** y **Motril** el cultivo de **chirimoya** se está desarrollando correctamente. El estado fenológico predominante es brotación-floración. En **Motril** el cultivo de **nispero** continúa en recolección aunque de manera tímida. El calibre está siendo inferior a campañas anteriores.

CÍTRICOS

Almería: Se siguen recolectando variedades tardías de **naranzo** y de **limón Verna**. **Córdoba:** La recolección en la provincia ya se da por finalizada debido al incremento de las demandas de **cítricos** por el mayor consumo motivado por el escenario de la COVID 19, y a un descenso de la producción final por un rendimiento/ha menor al estimado, lo que ha repercutido en que las cotizaciones de la **naranzas** hayan estado al alza durante las últimas semanas. **Huelva:** Con la recolección de los **cítricos** en la provincia muy avanzada en sus variedades tardías, son las **Valencias lates**, **Barberinas** y **Midnight** las que faltan por recoger. Los rendimientos son inferiores al año pasado. A pesar de las lluvias intermitentes se han seguido sacando **naranzas** a buen ritmo. La nueva campaña se presenta con los frutos cuajados en muchas parcelas. El abonado por fertirrigación con complejos ternarios es uno de los trabajos que se desarrollan en fincas así como labores de poda en diversas parcelas. Los herbicidas están siendo muy necesarios dado el carácter lluvioso de esta última fase de la primavera.

VIÑEDO

Almería: El estado fenológico dominante en las variedades tempranas es el 57 (inflorescencias desarrolladas completamente; flores separándose) y en variedades de media estación es 53 (inflorescencias claramente visibles). Se realizan labores de deshojado y destallado en las parras de mayor vigor vegetativo. **Cádiz:** El estado fenológico predominante es «G (Racimos separados)», el más retrasado «F (Racimos visibles)», siendo el más avanzado «H (Botones florales separados)». En la comarca **Costa Noroeste** el estado fenológico es de "Racimos separados". Se dan labores en las parcelas y tratamientos fungicidas para el mildiu con Metalaxil y Mancozeb entre otras materias activas. Se aplican abonados con aminoácidos del tipo Siapton y correctores con hierro para evitar daños por clorosis férrica. **Córdoba:** El estado fenológico dominante actual es "G (Racimos separados)" y "H (Botones florales)". Las primeras manchas de mildiu (Plasmopora viticola) se observaron a primeros de abril, por lo con las actuales condiciones meteorológicas, humedad y temperaturas suaves, se desarrollan contaminaciones secundarias, que al afectar a los racimos en su fase inicial, si no se controlan pueden ocasionar una disminución considerable de la producción. **Granada:** En la zona de **Guadix** y en **la Alpujarra** los estados fenológicos más usuales son hojas incipientes (aparece la primera hoja abierta nacida del brote, que en su base está todavía protegida por la borra), hojas extendidas. Se empiezan a ver las inflorescencias rudimentarias en la extremidad del brote. La lluvia suave está viniendo bien. Se realizan tratamientos para hongos y ácaros. **Jaén:** En la comarca **La Loma** y **Campiña Sur** encontramos parcelas de **viña** con los racimos diferenciados, en cambio, otras zonas de la comarca **Campiña Norte** aún se encuentran en estado de hojas extendidas. Se ha parado el crecimiento vegetativo en estos días con la bajada de temperaturas y lluvias; anteriormente se iba con adelanto por las temperaturas suaves y tiempo seco de los meses de enero y febrero. En previsión de la aparición del mildiu se aplican tratamientos con fungicidas. **Sevilla:** El estado fenológico más avanzado es «G (Racimos separados)», el predominante «F (Racimos visibles)» y en las parcelas más retrasadas «E (Hojas extendidas)». Se observan plantaciones de las comarcas de **El Aljarafe** y **La Vega** con estados fenológicos muy adelantados, sobre todo la **uva de mesa** de la zona de **Los Palacios**. Se realizan faenas de aclareo y cernillado de las **viñas**.

OLIVAR

Almería: El estado fenológico predominante es «C (Formación de la inflorescencia)», el más retrasado «B (Yema movida)» y el más avanzado «D1 (Empieza la corola)». Las lluvias caídas van a venir muy bien a los cultivos. **Córdoba:** Las lluvias frecuentes acompañadas por suaves temperaturas, están ralentizando el adelanto fenológico, que venía experimentando el cultivo desde los inicios de campaña. El **olivar** se encuentra con una fenología dominante "D2 (despliegue corola)" / "D3 (corola cambio color)" y el más adelantado en "Floración". En las parcelas que están en laboreo se dan pases de grada o cultivador para eliminar malas hierbas. **Granada:** En **Iznalloz** y **Alhama** los estados fenológicos aproximadamente son, «C (cáliz visible)», «D (corola visible)» y «E (estambres visibles)», cambiando en función de la variedad y la zona. Se prevé que la fenología avance más rápidamente después de las inmensas climatologías de las semanas pasadas. **Jaén:** En la comarca de **La Loma**, el **olivar** presenta un buen estado con 15 días de adelanto. La próxima semana se puede iniciar la floración en esta zona aunque con la bajada de temperaturas y las lluvias se ha ralentizado el desarrollo. En la comarca de **Mágina**, se aplican abonados foliares con aminoácidos y cobre rojo. **Málaga:** En la comarca **Centro**, zona de **Alozaina-Casarabonela-Tolox**, los **olivos** aloreños se presentan cargados de trama, con buen estado. Con la tala finalizada en el mes de marzo, no se observa mucho repilo y no se puede entrar en las parcelas debido al estado del terreno por las lluvias de las últimas semanas. Hay gran cantidad de malas hierbas en las parcelas. **Sevilla:** En algunas zonas se produce la floración aunque en los últimos días la bajada de temperaturas ha paralizado el avanzado estado fenológico en que se encontraba el **olivar**. Las parcelas llevan mucha trama, en las zonas más tardías la corola se encuentra en fase de despliegue y color verde. En las fincas se dan labores de cultivador para eliminar las malas hierbas donde se va pudiendo entrar. Se está preparando un tratamiento con abono foliar, aminoácidos e insecticida para el prays.

Anecoop y sus sandías Bouquet dan “raciones de vida para el campo”

El grupo cooperativo pone en marcha una campaña pidiendo el respaldo de la sociedad a la agricultura y reivindica el carácter “insustituible” de la España rural en la economía nacional

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Anecoop arranca la temporada de sandías sin pepitas Bouquet, uno de los productos por los que es reconocida en 25 países, con una previsión de comercialización de 150.000 toneladas. Entre las novedades para esta campaña, la cooperativa ha introducido una nueva variedad de sandía sin semillas de alta de gama, de corteza muy fina, color rojo intenso y sabor muy dulce, que comercializará bajo la marca Bouquet Premium.

Además, Anecoop llevará a cabo una campaña de marketing que se desarrollará en varios países. En España, y bajo el lema “Raciones de vida para el campo”, la cooperativa ha apostado por una acción de comunicación fuertemente vinculada a los valores que representan el entorno rural y la agricultura, uno de los principales motores económicos del país y que constituye el medio de vida de miles de familias.

La cooperativa presentó la semana pasada a los medios de comunicación los datos principales de su campaña de sandías Bouquet, que arranca con sus producciones de Almería, y lo ha hecho a través de una micro-site alojada en su página web Bouquet.es. Las circunstancias excepcionales de este año no han permitido realizar una presentación presencial de la misma, por lo que Anecoop ha utilizado esta fórmula para explicar todos los pormenores de esta campaña que se apoya en cinco pilares fundamentales: producción, investigación, calidad, comercialización y marketing y que tiene en el apoyo al campo y a los agricultores su principal baluarte, tal como indica su nombre: “Raciones de vida para el campo”.

La sandía Bouquet fue la primera sandía sin pepitas del mercado y hoy, 28 años después, Anecoop sigue siendo el primer operador español de sandías en el mercado europeo. Con esta categoría de producto, —100% cultivado en España—, la firma demuestra que sigue apostando por una defensa a ultranza del campo y de la agricultura.



Anecoop apuesta por una defensa a ultranza del campo y de la agricultura. / ANECOOP

Así lo confirma el presidente de Anecoop, Alejandro Monzón. “Las sandías Bouquet constituyen un programa de cultivo con un importante valor social, con un calendario de producción que abarca seis provincias distintas que permite que numerosos agricultores y sus familias puedan continuar con la actividad agrícola todo el año”. Monzón afirma que además de calidad y sabor, “el consumidor actual es un consumidor consciente que exige razones para elegirnos”. Por este motivo, “queremos comunicar a la sociedad que, al elegir nuestras sandías Bouquet, está contribuyendo a dar vida al campo, evitando su abandono y luchando contra una España vaciada mayor”.

Y es que, según remarca el director general de Anecoop, Joan Mir, “la crisis del coronavirus y sus consecuencias han puesto a prueba al sector agrícola nacional, que ha seguido en pie garantizando el abastecimiento de alimentos básicos a la población a pesar de todos los obstáculos que esta situación excepcional ha conllevado”. Asimismo, anima a la sociedad a mostrar todo el apoyo al sector, ya que, indica, “este es el momento de tomar conciencia del valor estratégico de la agricultura, como un sector fuerte e independiente que nos permite hacer frente a situaciones como la actual sin estar en



Bouquet es la marca de referencia en sandía sin pepita. / GRUPO ANECOOP

manos de países terceros para alimentarnos”. Para ello, y en sintonía con sus objetivos de responsabilidad social que le impulsan a “cultivar futuro para nuestros socios y para la sociedad en general”, ha anunciado el lanzamiento de la campaña “Raciones de vida para el campo”, siendo protagonistas de la misma sus sandías Bouquet.

PREVISIONES DE CAMPAÑA

En 2019, Anecoop comercializó 136.500 toneladas de sandía, un 11% más que el ejercicio anterior y una cifra récord en su historia, que confirma a la cooperativa como el primer operador de este

producto a nivel europeo. La previsión para la presente campaña, que ya ha comenzado, es de 150.000 toneladas.

La cooperativa ha diseñado unos planes de producción y comercialización que continuarán teniendo como pilar principal la sandía roja rayada, sin duda la más popular en los principales países de Europa, aunque la sandía de piel negra y la de producción ecológica van escalando posiciones debido a la demanda, llegando esta última incluso a triplicar su producción.

Entre las novedades para esta campaña, Anecoop ha introducido una nueva variedad de sandía sin semillas de alto de gama, de corteza muy fina, color rojo intenso y sabor muy dulce, que comercializará bajo la marca Bouquet Premium.

Esta sandía es el resultado de los trabajos de investigación del departamento de Producción y Desarrollo, que actualmente se encuentra testando otras 39 variedades, en los centros de la cooperativa de Almería y Museros.

En lo que se refiere al calendario, la campaña se va a intensificar en los meses de agosto y septiembre, en los que Anecoop viene observando un aumento de consumo. En este sentido, la programación realizada con sus socios, y muy especialmente con la cooperativa castellano-manchega Santiago Apóstol de Tomelloso, recientemente incorporada al grupo, le va a permitir cubrir la alta demanda de final de campaña.

En palabras del director comercial de Anecoop, Miguel Abril, “nuestro objetivo es subir 1,5 puntos nuestra cuota de exportación y alcanzar el 14%, confirmándonos como líder en la categoría y a Bouquet como la marca de referencia en sandía sin pepitas”. Respecto al consumo de sandía asociado al COVID-19, Abril ha expresado su convencimiento de que “será un favorito de la cesta de la compra este verano, ya que aunque sabemos que la pandemia nos va a poner las cosas difíciles al principio, la sandía tiene tres

grandes ventajas: es una fruta que se asocia a las buenas temperaturas, es más asequible que otros productos sustitutivos y es idónea para compartir en el hogar con la familia”.

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

Según ha explicado la responsable de Marketing de Anecoop, Piedad Coscollá, “este año, la campaña de comunicación en España se sustenta en ocho ejes principales:

1. La página web de RSC, Bouquet.es, donde se alojará una micro-site con los objetivos y acciones de la campaña “Raciones de vida para el campo”, así como otros proyectos de I+D+iT en los que Anecoop participa para promover el desarrollo rural.

2. El diseño de una etiqueta con el símbolo de “ubicación”, que representa el “yo me quedo” de los agricultores y que se ha colocará en todas las piezas de sandía sin pepitas roja, amarilla, negra, mini y Bio.

3. Acciones en redes sociales con especial colaboración de prescriptores de la relevancia de Jacob Petrus o de Juan Pozuelo.

4. Impactos en televisión, entre los que destaca el patrocinio cultural del programa “Aquí la tierra” de RTVE y el Canal Cocina.

5. Radio, con la emisión de cuñas publicitarias en espacios de ámbito nacional y regional.

6. Publicidad aérea en playas de las costas mediterráneas durante 30 días.

7. Una campaña publicitaria en prensa tanto especializada como generalista.

8. Apuesta por el deporte inclusivo, con el que seguiremos colaborando en la medida en que este se vaya integrando de nuevo entre las actividades permitidas tras el confinamiento”.

Todas estas acciones, a las que se suman las campañas que se llevarán a cabo en Francia, República Checa, Bielorrusia y Ucrania, suponen una inversión superior a los 860.000 euros.

Para más información acerca de la campaña, visita www.bouquet.es

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

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

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

EMPRESA: _____

DE ACTIVIDAD: _____ DNI/NIF: _____

CON DOMICILIO EN: _____ CP: _____

CALLE: _____ NÚMERO: _____ TEL.: _____

E-MAIL: _____

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

BANCO/CAJA: _____ IBAN Nº _____

Firma

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

2020



Seguro de Cítricos

Abierto periodo
de contratación.



agroseguro
40 AÑOS

PARA SUSCRIBIR SU SEGURO DIRÍJASE A: • MAPFRE ESPAÑA CÍA. DE SEGUROS Y REASEGUROS • CAJA DE SEGUROS REUNIDOS (CASER) • AGROPELAYO SOCIEDAD DE SEGUROS S.A. • SEGUROS GENERALES RURAL • ALLIANZ, COMPAÑÍA DE SEGUROS • PLUS ULTRA SEGUROS • HELVETIA CÍA. SUIZA S.A. DE SEGUROS • CAJAMAR SEGUROS GENERALES S.A. • MUTUALIDAD ARROCERA DE SEGUROS • GENERALI DE ESPAÑA, S.A. SEGUROS • FIATC, MUTUA DE SEGUROS Y REASEGUROS • SEGUROS CATALANA OCCIDENTE • BBVASEGUROS, S.A. DE SEGUROS • AXA SEGUROS GENERALES • REALE SEGUROS GENERALES • SANTA LUCÍA S.A. CÍA. DE SEGUROS • MUSSAP, MUTUA DE SEGUROS • MGS SEGUROS Y REASEGUROS S.A. • AGROMUTUA MAVDA, SDAD. MUTUA DE SEG. • PELAYO, MUTUA DE SEGUROS A PRIMA FIJA

DESINFECCIÓN

LA MEJOR FORMA DE PREVENIR

GAMA

DESINFECCIÓN

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



DESINFECTANTES LÍQUIDOS

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



DESINFECTANTES FUMÍGENOS

- FRUITFOG-AC
- FRUITFOG-P



FOMESA FRUITECH

Your postharvest partner

Camí del Racó, 42 · Pol. Ind. Norte
46469 Beniparrell · Valencia (España)

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

info@fomesafruitech.net
www.fomesafruitech.net



mercamadrid



Foto: Mercamadrid

mercamadrid



valencia fruits
dossier



La actividad en Mercamadrid sigue su ritmo esperando la reincorporación de clientes obligados a pasar su actividad por el estado de alarma. / FOTOS: MERCAMADRID

MERCAMADRID

“Estamos trabajando el futuro de Mercamadrid”

Mercamadrid no se detiene. El principal punto de abastecimiento de la zona más castigada por la pandemia se ha adaptado con eficacia para garantizar la seguridad de los trabajadores y el suministro de los clientes. La actividad no cesa en el mercado, pero se echa de menos a los clientes de la hostelería o de la venta ambulante. También a los escolares que cada semana visitaban la unidad alimentaria. Con el precedente de cifras muy positivas de ejercicios anteriores, los objetivos de Mercamadrid ahora van más allá de los números y se centran en algo tan importante como el futuro.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN. **Valencia Fruits.** El año pasado se batió el récord de toneladas comercializadas en la unidad alimentaria, ¿qué perspectivas hay para este año teniendo en cuenta las circunstancias extraordinarias que estamos viviendo?

Mercamadrid. Hace tan solo unos meses compartíamos los resultados de la unidad alimentaria, que lograba en 2019 posicionarse a la cabeza de los mercados mayoristas de toda Europa. Esa realidad, choca hoy con un escenario muy diferente en el que las empresas de Mercamadrid trabajan por atender su razón de ser más básica y esencial: garantizar el abastecimiento de alimentos frescos a la población.

Es difícil avanzar un resultado a tan largo plazo, cuando cada día afrontamos diferentes necesidades y escenarios. Hoy todo ha cambiado. Si bien es cierto que el mercado central de frutas y hortalizas ha realizado su actividad con normalidad, también lo es que, desde que se decretara el estado de alarma por el Gobierno de España, hemos perdido a buenos clientes y aliados, como son la venta ambulante de frutas y hortalizas y la hostelería, a los que esperamos volver a ver pronto.

Por tanto, adelantar un resultado es difícil, pero sí podemos avanzar que las empresas de frutas y hortalizas de Mercamadrid están demostrando ser muy competitivas y contar con la capacidad y profesionalidad necesarias para lidiar con las consecuencias de una crisis como esta, atendiendo en todo momento la demanda de alimentos.

VF. Ya se ha cubierto el periodo de tres años que abarcaba el plan estratégico que planteó la nueva dirección de Mercamadrid, ¿cuál ha sido el grado de cumplimiento? ¿Se han cubierto las expectativas?



Las empresas que operan en Mercamadrid están primando la seguridad de los trabajadores.

“Mercamadrid lograba en 2019 posicionarse a la cabeza de los mercados mayoristas de toda Europa”

MM. El estudio de los indicadores establecidos, así como la revisión final del Plan reflejan un cumplimiento de objetivos del 93%. Es un buen resultado que ha permitido a Mercamadrid consolidarse como un entorno empresarial tremendamente competitivo. Este es el presente de la unidad alimentaria, pero, además, estamos trabajando en el futuro de Mercamadrid con una nueva estrategia para los próximos 3 años. Un plan 2020-2022 que supone una completa “transformación”.

Una transformación que lleva parejo el compromiso de inver-

“Mercamadrid ha incrementado efectivos y ampliado procesos de seguridad y desinfección frente al COVID-19”

sión de 20 millones de euros en los próximos 3 años, que van a permitir, entre otros aspectos:

— La generación de nuevos espacios que permitan a las empresas ampliar y realizar nuevas actividades de valor, y poder atender así las nuevas demandas y necesidades del sector.

— Una completa transformación digital que posicionará a Mercamadrid como ciudad inteligente.

— Implementar todas las oportunidades que la tecnología nos permite para la transformación del sector. La aplicación de fibra y 5G abrirán la puerta a la

“Cerca del 80% de las frutas y hortalizas comercializadas en Mercamadrid son de origen nacional”

transformación digital y empleo de big data para avanzar en competitividad y eficiencia. Algunas de las aplicaciones más evidentes son planificar la actividad de manera eficiente, mejorar el análisis predictivo, optimizar el uso de recursos y mejorar la trazabilidad de la cadena, así como la información alimentaria ofrecida a los consumidores.

En definitiva, un esfuerzo transformador que convivirá con una mirada social y responsable, que impulse el compromiso de la empresa con su tiempo y su entorno. Un compromiso con pilares como:

— La prescripción de hábitos de alimentación saludable.

— La reducción del impacto ambiental de esta gran plataforma en su entorno, impulsando la eficiencia energética e incorporando energías limpias. Además, seguiremos mejorando la valorización de residuos y apostando por la economía circular.

— La lucha contra el desperdicio de alimentos seguirá siendo una seña de identidad de Mercamadrid.

VF. Madrid ha sido la zona con mayor incidencia del coronavirus COVID-19, ¿en qué medida se han visto afectadas las transacciones comerciales de Mercamadrid por esta circunstancia?

MM. Como adelantábamos, las empresas de frutas y hortalizas de Mercamadrid están demostrando ser muy competitivas y contar con la capacidad y profesionalidad necesarias para lidiar con las consecuencias de la crisis por el COVID-19. Si han tenido que adaptar su operativa habitual para que esas transacciones se realicen en condiciones que garanticen la salud de todas las personas.

VF. ¿Sigue siendo la proximidad una de las características destacadas de los productos comercializados en Mercamadrid?

MM. Cerca del 80% de las frutas y hortalizas comercializadas en Mercamadrid son de origen nacional. Dentro de ese porcentaje se incluyen los productos de proximidad, productos de Madrid y zonas limítrofes (menos de 100 km) con cerca de 100 millones de kilos de hortalizas y frutas comercializadas cada año. La huerta de Madrid puesta en nuestras mesas en menos de 24 horas: un privilegio gracias a la labor de familias enteras dedicadas a la huerta que, con su esfuerzo y saber hacer, nos dan la oportunidad de disfrutar de grandes productos de temporada recién recolectados. Entre los productos comercializados están: acelgas de Fuenlabrada; lechugas y pepinos de Villa del Prado; coles de Bruselas de Aranjuez o ajos y cebollas de Chinchón

VF. ¿Cuáles son los productos hortofrutícolas más importados?

MM. Suelen ser productos de los que no disponemos en nuestra huerta, como la piña o una amplia variedad de frutas exóticas, por ejemplo. Asimismo, se importan algunos productos en contraestación, cuando no disponemos de ellos en España por no ser su temporada. No obstante, se trata tan solo del 20% del total de productos comercializados.

VF. ¿Qué medidas extraordinarias han tenido que acometerse en Mercamadrid para garantizar la seguridad alimentaria y de los trabajadores?

MM. Mercamadrid ha incrementado efectivos y ampliado procesos de seguridad y desinfección frente al COVID-19, más allá del estricto cumplimiento de las normas y recomendaciones trasladadas por las autoridades sanitarias, con el objetivo de apoyar a las empresas en la garantía de la actividad, así como preservar la salud de todas las personas que realizan su actividad en Mercamadrid frente a la pandemia. Algunas de estas medidas son:

— Contar con más del doble de personas destinadas a la limpieza y desinfección de los mercados, viales y resto de instalaciones.

(Pasa a la página 4)

Sumando esfuerzos...



CMR GROUP ofrece la plataforma idónea para expandir la marca y productos en el mercado global de nuestros partners productores:

- Productores individuales
- Grupos de productores
- Traders hortofrutícolas

CMR GROUP ofrece la gama más amplia de productos de calidad contrastada, procedentes de las mejores zonas de producción mundial, con especial atención a los de proximidad, con volúmenes y continuidad asegurados durante todo el año, generando así valor añadido para nuestros clientes:

- Exportadores
- Mercados mayoristas
- Distribución moderna
- Detallistas

...para conseguir objetivos comunes



FRUITS CMR S.A.U.

Polígono Estruch - c/ Sis, nº. 1
08820 El Prat de Llobregat (Barcelona)
Tel.: (+34) 93 262 66 00*
E-mail: cmr@cmrfruits.com

Mercabarna

08040 BARCELONA
Pabellón A: 1025-1028
Tel.: 93 262 66 20
Pabellón D: 4001/7 y 4032/7
Tel.: 93 262 66 30

CMR INFINITA S.A.

Mercamadrid

Calle 45 H5
28053 Madrid
Tel.: 91 524 50 00*
Fax: 91 524 50 01
E-mail: infinita@cmrinfinita.com

CMR HOLLAND

RIDDERKERK - HOLLAND
E-mail: cmr@cmrholland.com

CMR FRANCE

PERPIGNAN - FRANCE
E-mail: cmr@cmrfrance.com

CMR MAROC

CASABLANCA - MOROCCO
E-mail: cmr@cmrmaroc.com

CMR BRASIL

NATAL - BRASIL
E-mail: cmr@cmrbras.com.br

Marcas propias comercializadas:



Un gran grupo internacional de gestión hortofrutícola te espera

Desde hace más de un siglo, alcanzando nuevos objetivos y horizontes comerciales, traspasando fronteras y continentes y abriendo mercados, junto a nuestros partners: productores, remitentes, mayoristas y detallistas.

La unión hace la fuerza

www.cmrgroup.es

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS • TROPICALES Y EXÓTICOS • BERRIES • CÍTRICOS • BANANAS
PRODUCTOS DE IV Y V GAMA • HIERBAS AROMÁTICAS • PRODUCCIÓN INTEGRADA • MINI-HORTALIZAS

“Estamos...”

(Viene de la página 2)

— Reparto de gel hidroalcohólico en el interior de los mercados e instalaciones durante la actividad e instalación de 45 dispensadores de gel en los mercados.

— Reposición permanente de jabón antiséptico y papel secamanos en aseos (se ha incrementado su consumo un 700%).

— Suministro semanal a empresas instaladas de elementos de protección frente a posibles contagios por COVID-19 (mascarillas, geles, guantes...) para aquellas empresas que no han logrado adquirirlos.

— Incrementar la frecuencia de los servicios de limpieza y desinfección de las instalaciones durante y después de la actividad, con especial atención a puntos susceptibles, como pasamanos, barandillas, dispensadores, llaves de luz, etc. con productos específicos, indicados por el Ministerio de Sanidad para el sector alimentario.

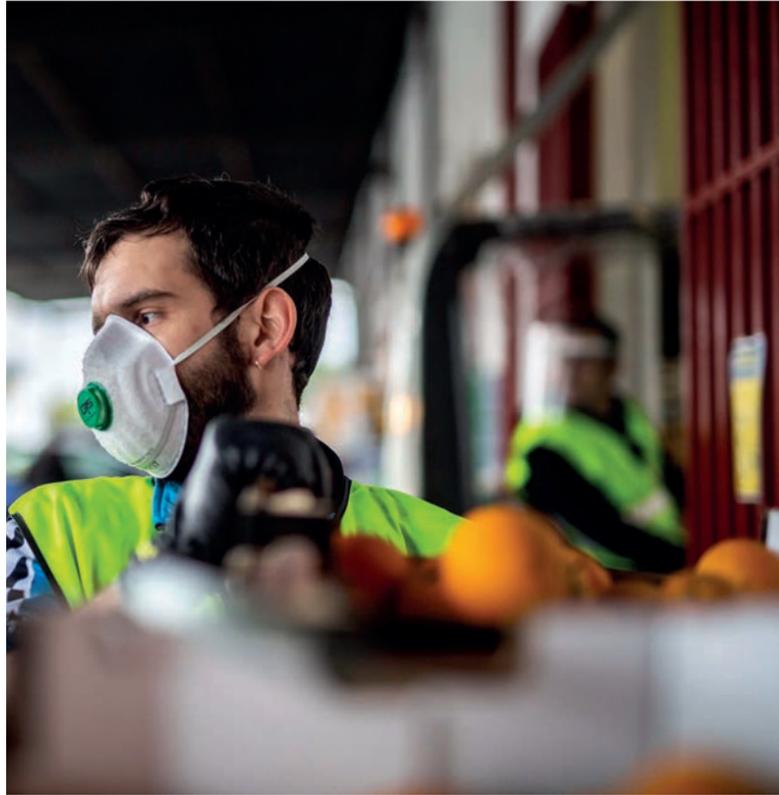
— Incorporación de nueva maquinaria: 1 cañón de fumigación, 2 equipos mecánicos autónomos, 6 equipos manuales autónomos de fumigación.

— Contamos, asimismo, con el apoyo de la Unidad Militar de Emergencias con desinfecciones intensivas y minuciosas de todas las instalaciones los fines de semana.

— Control estricto del acceso, con el apoyo y asistencia de la Policía Municipal en despliegues fijos de forma intermitente, y mayor frecuencia de patrullas de Policía Nacional y Guardia Civil.

— Aumento del 100% de la plantilla de seguridad en horario de actividad del mercado.

— Coordinación de un protocolo de actuación frente



La seguridad es esencial para garantizar la continuidad de la actividad.

“Las empresas han reajustado sus plantillas, promoviendo el teletrabajo e implementando rotaciones”

“El objetivo clave es garantizar el normal funcionamiento de la unidad alimentaria”



Mercamadrid está contando con el apoyo en sus instalaciones de diferentes cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado.

a síntomas y posibles casos COVID-19, dirigido por Madrid Salud, como autoridad sanitaria.

Asimismo, las empresas han debido reajustar sus plantillas, promoviendo el teletrabajo en los casos que fuera posible e implementando rotaciones de personal en lo posible. Mayoritariamente, han suministrado a su personal aquellos elementos de autoprotección recomendados por las autoridades.

Mercamadrid cuenta, además, con el servicio de inspección veterinaria Madrid Salud, dependiente del Ayuntamiento de Madrid, que está realizando un importante esfuerzo por vigilar el cumplimiento de todas las normas y recomendaciones.

VF. ¿Cuáles han sido las últimas inversiones acometidas por Mercamadrid y hacia dónde se quieren enfocar una vez pasada esta crisis?

MM. En 2019 se ejecutaron inversiones por valor de 4 millones de euros destinados a modernizar servicios e infraestructuras, con la perspectiva de sostenibilidad económica y medioambiental.

Algunos ejemplos de actuaciones de inversión acometidas recientemente han sido:

— Renovación y mejora energética del alumbrado interior, muelles y aparcamientos de los mercados, así como de los principales viales, con equipos LED más eficientes y mayor capacidad lumínica: 1.360 luminarias sustituidas que reducen el consumo energético (también coste energético anual con un ahorro de 38.140 euros) y mejoran la seguridad laboral y movilidad de la zona.

— Instalación de un área de recarga rápida para vehículos eléctricos, con el objetivo de facilitar su incorporación en el comercio y distribución de mercancías de la ciudad.

— Instalación fotovoltaica de autoconsumo para mitigar el consumo eléctrico de la actividad del Centro Administrativo.

— Renovación y refuerzo de la señalización de seguridad y salud laboral en los mercados y accesos, mejorando la información sobre PRL de los trabajadores del recinto frente a los riesgos existentes.

— Reordenación del aparcamiento de camiones de plataforma baja y ejecución de uno nuevo que amplía las plazas disponibles.

Tenemos un Plan Estratégico que cumplir una vez superemos la crisis, con numerosas actuaciones de inversión previstas, como adelantábamos hace un momento. No obstante, es posible que surjan nuevas necesidades del sector que deberemos atender también. Es pronto aún para saberlo.

VF. ¿Se han marcado nuevos objetivos acordes con la situación que estamos viviendo o mantienen las metas que se planteaban para 2020?

MM. A día de hoy, el objetivo clave es garantizar el normal funcionamiento de la unidad alimentaria, apoyando a las empresas en estos momentos, así como preservando la salud de todas las personas que realizan su actividad en Mercamadrid en un contexto tan complejo. Una vez superemos este tiempo, revisaremos la situación de partida y recuperaremos el plan estratégico 2020-22 aprobado por el Consejo de Administración de Mercamadrid.

VF. ¿Qué noticia les gustaría dar al cerrar el año 2020?

MM. Nos gustaría cerrar 2020 con una ciudad de Madrid en la que la salud haya vuelto a sus calles. Un escenario que deseamos para toda España. En el que las empresas y ciudadanía puedan realizar sus proyectos vitales y profesionales libremente, sin miedo ni riesgo de enfermar.

Echamos en falta a muchos profesionales de la hostelería, al comercio ambulante... y también a todas esas personas que nos visitaban los viernes para conocer Mercamadrid, con especial cariño para nuestros escolares, a los que nos encantaría volver a recibir. Así, nos gustaría cerrar el año con salud, juntos y con empresas que vuelvan a brillar por su enorme dinamismo, competitividad e innovación.

diplóm

innovando por tradición

Ctra. Creu Negra, 27 · 46240 Carlet (València) · T 96 253 90 00
coopcarlet@coopcarlet.com · www.coopcarlet.com

CoopCarlet
Natural fruits

Calidad y Servicio Garantizado



Melón
Piel de sapo
Villacañeros



Piña



Mango



Sabor

Plátano



Lima



Aguacate



Melocotón



Kiwi



Nuez



Manzana
Golden
Gala
Reineta



Pera
Conferencia • Limonera



Papaya

www.riegogrupo.com

Producción Propia Fincas Las Mercedes y El Rincón - Las Galletas, Arona (Tenerife)
Central Mercamadrid, C/ Plátanos, 5 - 28053 Madrid - Tel.: + 34 91 786 13 14 - Fax: + 34 91 786 26 77
Distribución y Venta, Nave plátanos, 2, 5 y 6
Planta de Maduración y Envasado, H- 2-9 - Tel.: + 34 91 507 50 17 - Fax: + 34 91 507 50 27
e-mail: comercial@riegogrupo.com

VICENTE CANDIL MATEOS / Director comercial de Frutas Candil

“¡Qué nadie se olvide! La fruta siempre es y será mejor contra menos manos la toquen”

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Vicente Candil Mateos, director comercial de Frutas Candil, no se olvida de los orígenes familiares de la venta tradicional de fruta. Por ello realiza la figura y la labor del detallista en esta entrevista. También comenta otros temas relacionados con la actividad comercial en el Mercado Central de Mercamadrid.

Valencia Fruits. Son una empresa de tres generaciones. ¿Cómo han implantado el cambio generacional en Frutas Candil?

Vicente Candil. Desde nuestra empresa familiar es siempre un honor que cualquier miembro de esta familia se suba a este barco pero siempre sin imposición. Este es un negocio familiar que con imposición no funciona y debe de ser a través de la magia que te va envolviendo este tipo de comercio, que es muy variable día tras día en cada época del año. Por todo ello es tan especial. En este momento, puedo decir que me siento orgulloso por la incorporación de mi hija en la venta del mercado, teniendo muy buena sensación y sabedor que la experiencia en el mercado se hace poco a poco.

VF. ¿Cuál es su opinión sobre el horario de Mercado Central de Mercamadrid?

VC. Realizamos nuestra aportación en asambleas de mayoristas de Mercamadrid para tratar el actual horario.

En mi opinión se debería atrasar la apertura del mercado a las 06:00 porque entiendo importante la separación con el horario establecido de descarga y así ayudaría a la movilización interior del propio mercado y facilitaría la demanda de más personal administrativo.

VF. Siguiendo en clave Mercamadrid, ¿qué aspectos modificaría para mejorar su funcionamiento?

VC. Sería muy importante el cambio de iluminación en el



Vicente Candil Mateos, director comercial de Frutas Candil. / ARCHIVO

interior de las naves del mercado y porqué no pensar en la refrigeración de las propias en zonas comunes. Por todos es sabido la diferencia que se produce en los meses de primavera y verano, y sería conveniente para seguir la cadena de frío de los propios productos.

Y sin olvidar incidir en la vigilancia sobre la descarga de mercancía en el propio mercado para terceros, usando nuestras instalaciones y nuestros muelles.

VF. La adquisición de un puesto del mercado el pasado 2018 estaba pensado para su línea ecológica. ¿Cómo responde este nicho de mercado?

VC. La venta de productos ecológicos en Madrid a nivel de Mercado Central no es una venta que a día de hoy esté asentada con una continuidad de clientes presenciales y, por ello, hemos dado un giro a la venta tradicional en el puesto nuevo.

VF. A sus paradas acuden cada día frutereros. En su opinión, ¿qué papel juega el frutero en la venta de fruta y hortaliza?

VC. Como ya he comentado en otras ocasiones, somos una familia que sus raíces provienen de la venta tradicional y personal, y sobre ello

ejercemos una labor de constancia en el trato a nuestros clientes, que en su mayoría son detallistas de venta tradicional. En porcentajes, nuestra venta en el Mercado Central incluiría un 70% detallistas, un 20% ambulantes y un 10% supermercados.

En este momento tan importante derivado de la pandemia del COVID-19 destacaría el detallista tradicional por su labor diaria, esfuerzo y trato que da a los productos. ¡Qué nadie se olvide! La fruta siempre es y será mejor contra menos manos la toquen. Por eso personalmente abogo por el despacho tradicional.

VF. En este episodio derivado del COVID-19, ¿qué responsabilidad tiene la empresa?

VC. Desde Frutas Candil aplaudimos no solo a nuestros sanitarios, fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, si no también a todos nuestros trabajadores, clientes y personas que estamos día a día con nuestro compromiso de seguir abasteciendo y atendiendo a todos los clientes para que ellos puedan hacer lo mismo con la ciudadanía.

VF. ¿Objetivos?

VC. Solo pensamos en seguir trabajando como hasta hoy porque observando cómo se acerca la crisis a nivel mundial, pienso que con seguir trabajando hoy es el objetivo principal a cumplir.

VF. Ustedes son activos en redes sociales. ¿Por qué optan por esta vía de comunicación?

VC. Siendo honesto comentaré que he sido muy reactivo y no le ponía mucha atención. Sin embargo, desde la incorporación de nuestra nueva generación somos muy constantes con mensajes y comentarios sobre productos del día y de temporada.

Me parece una herramienta muy importante en nuestro negocio.



Jesús López en la entrada de las oficinas de la nueva sede. / CMR GROUP

JESÚS LÓPEZ / Director de CMR Infinita

“Las nuevas instalaciones nos permiten avanzar en todas las áreas de la empresa”

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

De las palabras de Jesús López, se desprende que la nueva sede de CMR Infinita en la unidad alimentaria de Mercamadrid es un elemento clave que potencia el crecimiento de esta firma, filial en Madrid de CMR Group.

Durante la entrevista, López repasa diversos aspectos de las actuales instalaciones, que repercuten directamente en el funcionamiento y desarrollo de la empresa.

Valencia Fruits. Sobre casi un año de la apertura de la nueva sede de CMR Infinita en Mercamadrid. Una valoración...

Jesús López. La valoración es totalmente positiva de las nuevas instalaciones en H5, ya que nos permite avanzar en diferentes áreas que componen la empresa: logística, técnica informática, sistemas, seguridad laboral.... Así, hemos ampliado la franja horaria para

complementar los servicios que precisan las diferentes tipologías de cliente. En el área de calidad de conservación y servicios, hemos aumentado la capacidad de maduración hasta las 40 mil toneladas al año. De hecho, ya se refleja este incremento de capacidad en el primer trimestre de este año con alrededor del 20% de crecimiento en plátanos y bananas. De forma muy notoria la capacidad de frigoconservación se ha visto mejorada en todos nuestros productos con temperaturas adecuadas.

También destacar la calidad operativa de la sala de envasado totalmente climatizada que posibilita realizar los aportes de valor añadido a los productos requeridos por las tendencias de consumo.

VF. Desde el punto de vista del cliente, ¿en qué se ha traducido esa apertura?



Fernández
Global Fruit Group

BARCELONA – MADRID
ALICANTE – SEVILLA – CANARIAS

**VALOR A LA
DISTRIBUCIÓN.**

La plataforma

La nueva sede de CMR Infinita, filial de CMR Group en Madrid, cuenta con 8.500 m² construidos, con más de 1.000 m² de oficinas, 36 cámaras de maduración, 6 cámaras frigoríficas, 20 muelles de carga y descarga, y una capacidad de maduración de 40 millones de kilos al año. ■

JL. Nuestros clientes han constatado de manera notable la mejora en calidad y servicio. Ofrecemos un servicio de conservación y maduración "bajo demanda" para los diferentes perfiles de clientes como gran distribución, canal Horeca, minorista, almacenistas de provincia...

VF. ¿Qué objetivos se plantean desde CMR Infinita en Mercamadrid?

JL. El objetivo es claro: consolidar y crecer paulatinamente para seguir la evolución y tendencia del mercado y que en el entorno actual consideramos será positivo.

"Los clientes nos reportan que están muy satisfechos con nuestros servicios"

Los resultados de los meses de enero y febrero reflejan el incremento de ventas esperado pero, en cambio, marzo no sigue el mismo ritmo debido a la crisis del COVID-19, que ha afectado a la normalidad de la distribución de clientes habituales de Mercamadrid, como Horeca o distribución detallista.

VF. ¿Qué destacaría de su oferta de productos?

JL. Disponemos de una capacidad y de calidad de almacenamiento muy importante. Nuestra oferta está respaldada por la capacidad y calidad del sistema de almacenamiento, y esto nos permite regular la oferta de las campañas fruteras tanto nacionales, como la fruta de hueso, como las internacionales en los momentos óptimos para evitar el solapamiento con las nacionales, para mantener el mercado abastecido los 365 días del año.

Existen ciertos productos que en estos momentos están experimentando una notable demanda como son los cítricos, bananas y plátanos, o el aguacate, que en nuestro



CMR Infinita ha aumentado su capacidad de maduración hasta las 40 mil toneladas al año". / CMR GROUP

caso lo ofrecemos tanto en verde como premadurado, bajo nuestra marca Aurum, que está recibiendo una gran aceptación en el mercado dada su gran calidad.

VF. ¿Cuál es el feedback de su cliente?

JL. Los clientes nos reportan su satisfacción con nuestra mejorada capacidad de servicio y adaptación a sus necesidades; aspecto que, por otra parte, se enmarca en nuestra política de mejora continua en servicio, calidad, seguridad y regularidad.

Fontestad
Comprometidos contigo desde **1956**

En Fontestad lo hemos cambiado todo para que no cambie lo más importante. Nuestro compromiso.

CENTRAL

Ctra. CV-32 km 9
46136 MUSEROS (Valencia)
Tel. 961 450 655
Fax. 961 452 133

MERCAMADRID (Nave C puestos 52-58)

Ctra. Villaverde-Vallecas km 3.8
28018 Madrid (Spain)
Tel. 917 857 294
Fax 917 861 711

SAINT-CHARLES INTERNATIONAL

BP 5142
66031 Perpignan Cedex (France)
Tel. 0033 468 557 070
Fax 0033 468 850 183



Nuevas instalaciones de CMR Infinita. / CMR GROUP

JOSÉ RIEGO / Director comercial de Grupo Riego

“Estamos comenzando a introducir productos tropicales producidos en las Islas Canarias”

ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

En un escenario complejo, en el que la pandemia de coronavirus ha cambiado los hábitos de las empresas y los consumidores, el objetivo del Grupo Riego para el ejercicio actual es intentar mantener los volúmenes y niveles de venta, así como la cartera de clientes; y por otro lado aumentar los controles y protocolos de seguridad y salubridad. No obstante, a pesar de la difícil situación, la compañía no abandona su objetivo de crecer con nuevas referencias de producto. Y en esta línea, José Riego explica que están comenzando a introducir productos tropicales producidos en las Islas Canarias.

Valencia Fruits. ¿Cómo está influyendo la situación generada por la pandemia del coronavirus en la actividad comercial del Grupo Riego?

José Riego. Está influyendo bastante sobre todo en los muchos cambios de hábito, tanto a nivel interno de la empresa, por las medidas preventivas que se están tomando, como a nivel organizativo en cuanto a



José Riego. / ARCHIVO

“Los productos que más han aumentado sus ventas en esta crisis son los que más vitamina C contienen”

las fases de venta y retirada de la mercancía que se ve ralentizada. Pero es necesario por la seguridad de todos.

VF. ¿Cómo está respondiendo en estas circunstancias el consumidor? ¿Se han modificado incluso los hábitos de consumo de frutas y hortalizas? ¿Qué tipo de productos cuentan actualmente con más demanda?

JR. Exceptuando los primeros días de la crisis en los que hubo un aumento de ventas importante en los mercados y en la distribución por las roturas de stock, desde nuestro punto de vista también ha habido un cambio de hábito importante en los consumidores.

Para nuestro sector, concretamente, ha influido en un retroceso en la venta de la mayoría de productos debido a la falta de las ventas al canal Horeca y Colectividades.

Los productos que más han aumentado sus ventas son los que más vitamina “C” contienen, los cítricos (naranja la fruta que más, seguida del limón y la mandarina) y el kiwi también. En cuanto al plátano,

“En plátano se han mantenido los niveles de comercialización normales”

“Hay un retroceso en la venta de la mayoría de productos debido a la falta del canal Horeca y Colectividades”

se han mantenido sus niveles de venta normales, dado que es un producto popular, sencillo de pelar y preparar en los hogares. Esto probablemente nos da una ventaja.

VF. ¿Cómo calificaría el comportamiento del sector agroalimentario en esta crisis?

JR. Relativamente estable por el momento. Afortunadamente para nosotros, alimentarse es algo necesario para el ser humano. Tal vez más adelante, si la crisis sanitaria se convierte también en crisis económica, sufriremos la lucha de márgenes que nos hará apretarnos más aún el cinturón, algo que ya es habitual en nuestro sector desde hace años.

VF. ¿Qué balance realizan del ejercicio 2019? ¿Cuáles son los aspectos que han tenido más incidencia sobre estos resultados?

JR. Ha sido un ejercicio en general bueno. El aspecto que más ha incidido ha sido el crecimiento en volumen de algunos productos tropicales y el posicionamiento de nuestras marcas, sobre todo “Lina Paradise”, junto con las campañas de TV y radio que hemos desarrollado.

VF. En un escenario complejo, ¿qué objetivos se marcan para el actual ejercicio?

JR. Intentar mantener los volúmenes y niveles de venta, así como la cartera de clientes, y por otro lado aumentar los controles y protocolos de seguridad y salubridad. Esta crisis sanitaria nos ha hecho aprender y mentalizarnos que debemos estar preparados para cosas que hasta ahora eran imprevisibles y desconocidas.

VF. Como empresa especializada en plátano, banana y fruta tropical, ¿qué balance realiza de la temporada en estas frutas?

JR. La campaña de plátanos está siendo de volumen elevado y continuado por todo el retraso en producción de la campaña de los últimos meses del año pasado. En cuanto al producto tropical está levemente afectado por la crisis por el momento y la banana, que mayormente es consumida por el canal Horeca y Colectividades por su bajo precio, si está teniendo bastante incidencia en cuanto a una bajada de niveles ventas importante, a pesar de sus muy reducidos precios.

VF. ¿Qué porcentajes de crecimiento registran las frutas tropicales, productos que cuentan con gran aceptación entre los consumidores?

JR. Hasta el comienzo de la crisis el crecimiento estaba siendo de un 10% anual, aproximadamente, dependiendo de que productos.

VF. En el año 2018 incluyeron en su gama de productos el melón Piel de Sapo durante todas las estaciones del año y el camote en todas sus variedades, todo con la marca “Lina Paradise”. ¿Qué resultados están obteniendo con estos productos?

JR. Sus resultados son buenos y su crecimiento está siendo sostenido y al ritmo esperado.

VF. Uno de los objetivos de Grupo Riego es crecer con nuevas referencias de producto y servicios. ¿Hay alguna novedad en este campo?

JR. Estamos comenzando a introducir productos tropicales producidos en las Islas Canarias. La crisis del COVID-19 ha sido un buen momento para mostrar a nuestros clientes que también se producen en las Islas Canarias otros productos diferentes al plátano de excepcional calidad.

VF. Se acerca la campaña de fruta de verano, ¿qué balance realizan de la pasada temporada y qué perspectivas manejan para la presente?

JR. La campaña pasada fue una temporada de mucho volumen y poco interés para los clientes y este año aún no sabemos que puede pasar dada la dificultad por falta de personal para realizar la recogida de cosechas. Es todo una incertidumbre.

VF. ¿Han realizado o tienen previsto realizar alguna inversión o ampliación en sus instalaciones?

JR. Este año, dada la crisis sanitaria, hemos comenzado a desarrollar un sistema de desinfección de las instalaciones de planta con nebulizadores y esto se va a llevar el presupuesto de inversiones.

VF. En esta situación tan especial, ¿cómo está funcionando en general Mercamadrid?

JR. Prácticamente con normalidad. Mercamadrid SA ha implementado una serie de medidas y controles que ha supuesto que todo funcione prácticamente con normalidad en esta crisis del COVID-19.

Tal vez echemos en falta, con respecto a otros mercados centrales, la falta de colaboración de muchos clientes y usuarios que, insolidariamente, no se han tomado en serio las medidas que debían tomar para evitar contagiarse y/o ser contagiados, algo que es difícil de controlar y que las empresas que operamos dentro de la unidad alimentaria no tenemos autoridad para exigirles nada, (como además argumentan y alegan, cuando se les llama la atención).

VF. Para finalizar, ¿qué objetivos se marcan a largo plazo?

JR. Seguir dando la máxima calidad de producto y servicio (maduración a medida de todos los productos, packing y logística) a los clientes con el mejor y más competitivo precio posible; buscar un crecimiento sostenido y sostenible en el tiempo, aumentando nuestra cartera tanto de clientes como de proveedores del más alto nivel, todo perdurando en el tiempo.

FRAGILE
HANDLE WITH CARE

Patatas Beltrán
Wherever you are

New season coming soon...

FRITO 365 DIAS

Fuerza

Bellini, Health, Resistant, Smart, Baking, Fries, Spanish new potatoes, Ganas, ilusión, fuerza, visión, equipo, compromiso, cambio.

Ctra. Rojales a San Fulgencio Km 7, 100 Daya Vieja (Alicante) Tfn: 96 671 33 97 Fax: 96 671 47 44 email: patatasbeltran@infonegocios.com www.patatasbeltran.com

Trabajo, sensibilidad y apoyo al consumidor

Esta es la actitud con la que afronta la SAT Hortiman su campaña 2020 de melón y sandía

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Al preguntar a Valentín Ramírez cómo afronta la SAT Hortiman la campaña 2020 de melón y sandía en el escenario actual, el gerente de la firma manchega confiesa que nunca pensó que “tendríamos que hacer frente a una campaña como la presente. A lo largo de los años de nuestra pequeña historia, tanto personal como empresarial no he conocido nada parecido a la situación que estamos atravesando”. Pero ahora más que nunca se impone “sacar lo mejor de nosotros mismos tanto a nivel personal como empresarial”. De hecho, desde el final de la pasada campaña 2019, la SAT Hortiman está estudiando “la posibilidad de poner en práctica nuevas actividades o bien las mismas, pero con matices diferentes”.

El perfil de pequeña empresa les permite tener un conocimiento muy cercano de sus clientes al tiempo que “ellos conocen nuestras interioridades”. Y este punto, Valentín Ramírez señala que “venimos observando como tendencia, aunque de una forma más lenta, que en los países centro-europeos el consumidor va prestando cada vez más atención por los productos ecológicos”. Es por ello que para esta campaña, “nuestro almacén estará certificado para manipular melón y sandía que esté respaldado por la documentación que garantice su especificidad ecológica”. En cuanto al cultivo, desde el pasado mes de enero también apuestan por este modelo productivo, para lo cual han apartado parcelas y en las que, en un periodo de dos años, cultivarán bajo la disciplina de producción ecológica.

Cuando hablamos de la evolución del consumo y el posicionamiento del melón frente a la sandía, las cifras de superficie de cultivo y comercialización indican que el consumo de melón continúa con una tendencia a la baja, y “siempre se recurre a justificarlo como una consecuencia del incremento de la sandía”. No obstante, Valentín Ramírez confirma que, en el segmento en el que se sitúa su marca ‘Caramelo’, “no se da ese descenso”. La clave está en “lograr mantener la confianza del consumidor en la marca y no defraudarlo”.

Respecto a las perspectivas comerciales: “Somos consciente de que el consumo de melón y sandía puede resentirse por la falta del turismo exterior, pero confiamos en el turismo nacional, una vez se levante del confinamiento”.

Si hubiera que satisfacer con una actitud la crítica situación actual, para Valentín Ramírez solo existe una modalidad: “trabajo, sensibilidad y un apoyo decidido a

nuestros consumidores que están viendo alterado su ritmo vital y, como no, con una gran dosis de suerte que nos ayude a superar la situación actual”, concluye el gerente de la SAT Hortiman.



El melón 'Caramelo' cuenta con la confianza del consumidor porque no defrauda, según Valentín Ramírez. / N. RODRIGUEZ

EL
MELÓN
con
mayúsculas.

www.hortiman.es - 610 52 75 17 - hortiman9775@yahoo.es

FELICIANO FREIRÍA / Director general de Hnos. Fernández López

“Nos hemos sentido muy respaldados por nuestros agricultores, proveedores y clientes”

Con estas palabras Feliciano Freiría, director gerente de Hnos. Fernández López, ilustra el respaldo de los diferentes operadores a la labor de esta empresa en este episodio del COVID-19. También a la afectación en la demanda y precio y las ventas en Mercamadrid en los primeros meses del año son temas que trata Freiría en la entrevista.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA. Valencia Fruits. ¿Cómo ha influido la aparición de la pandemia del COVID-19?

Feliciano Freiría. No hay duda que desde que se decretó el Estado de Alarma todos hemos tenido un fuerte impacto en nuestra actividad, e incluso en sectores esenciales como el nuestro donde hemos tenido la posibilidad de seguir trabajando.

Esa posibilidad también ha significado una responsabilidad para nosotros y un auténtico reto de organización y de gestión. En este sentido, hemos tenido que conjugar el servicio a nuestros clientes y proveedores con la implementación de todas las medidas sanitarias recomendadas por las autoridades para garantizar un entorno de trabajo seguro para todos los trabajadores. La salud y bienestar de nuestro equipo humano ha sido y es la prioridad en estos momentos. De hecho, nosotros empezamos a adoptar medidas de protección incluso antes de que se decretara el primer Estado de Alarma y desde esa fecha empezamos a tomar temperatura a todos nuestros empleados.

Podemos decir que hemos mantenido el servicio con una gran dosis de esfuerzos complementarios.

VF. ¿Y en cuánto a ventas? ¿Algunos cambios de demanda?

FF. En términos generales del conjunto de las delegaciones de Hnos. Fernández López en España hemos mantenido unos volúmenes de comercialización similares a los que veníamos teniendo antes de la crisis. En concreto en Mercamadrid, durante



En el mercado se han tomado todas las medidas de protección. / MERCAMADRID



Feliciano Freiría, director gerente de Hnos. Fernández López. / ÓSCAR ORTEGA

los primeros meses del año mostraba una línea de crecimiento entorno a un 5% basada en las principales gamas de nuestros productos.

Si desagregamos los volúmenes por canal de distribución si se han apreciado diferentes impactos. Se ha apreciado un incremento de las ventas en la gran distribución mientras que por el contrario si se han registrado descensos significativos en el canal detallista y mayorista, más expuestos al impacto generado por el paro en la actividad de restauración, hostelería, mer-

“Este año en Hnos. Fernández López celebramos nuestro cuarenta aniversario”

cados al aire libre... Confiamos que estas líneas de negocio se recuperarán cuando se acabe el Estado de Alarma y volvamos a los volúmenes habituales en dichas gamas.

VF. ¿Esos cambios de demanda también han influido en el precio?

FF. Pues sí, la semana que se inició el Estado de Alarma —día 16 de marzo, semana 12— se notaron fluctuaciones anómalas producidas por cambios en la demanda de los productos. En particular, patata, cebolla, cítricos, manzana, jengibre y algunas otras hortalizas incrementaron su demanda y produjo una subida de precios en toda la cadena; por contra, productos como melón, piña, sandía, papaya, fresas, mangos, y en Cataluña, los calçots, tuvieron un comportamiento totalmente contrario hacia una bajada pronunciada.

Si bien es cierto que todo ese comportamiento se ha ido regu-

“Hemos mantenido unos volúmenes de comercialización similares anteriores a la crisis”

lando en el momento en que la oferta se ajusta a la demanda de volumen.

En este punto nos gustaría hacer un reconocimiento a todos nuestros agricultores y proveedores por el esfuerzo que ellos también han realizado para garantizar el suministro. No hay duda que muchos de ellos han tenido grandes dificultades para organizarse y para poder recolectar sus cosechas. Agradecemos la profesionalidad y compromiso de todos ellos.

Nos hemos sentido muy acompañados y respaldados por nuestros agricultores y proveedores como también por nuestros clientes, recibiendo incluso de muchos de ellos muestras de agradecimiento que nos han motivado para seguir sorteando con determinación este período tan complicado.

Además de ser una cadena de suministro también entre todos hemos creado una auténtica cadena de colaboración, solidaridad y estímulo.

VF. Este año Hnos. Fernández López cumple 40 años. Ya son años...

FF. Este año celebramos nuestro cuarenta aniversario desde que la sociedad se constituyó. Concretamente se fundó el 20 de febrero de 1980, aunque en el negocio de la fruta la familia Fernández se remonta algunos años atrás más. Orgullosos de que este año 2020 se cumplan 40 años de nuestra actividad dedicada al negocio hortofrutícola.

Para la ocasión este año tenemos pensado hacer una recopilación de vivencias de las personas más relevantes que han trabajado en la compañía a lo largo de todos estos años. Hablar con ellos nos permitirá crear un documento muy especial con la historia de Fernández que hable desde su creación, sus etapas de crecimiento, los hitos más relevantes de su trayectoria...

Y queremos hacerlo desde este prisma humano porque las personas han tenido un papel muy especial y significativo en la historia de esta empresa familiar.

Además para conmemorar este aniversario nos gustaría realizar un evento especial pero dadas las circunstancias preferimos ser muy prudentes y esperar a que la situación se normalice para cualquier acto social.



FRUTAS

Candil, S.L.



MERCABARNA • 08040 Barcelona. Pabellón A - Puestos 1057-1058
Tel.: 93 335 13 44 • Fax: 93 335 41 98

MERCAMADRID • 28053 Madrid. Nave C - Puestos 33-35-37-39-41
Tel.: 91 785 54 16 • Fax: 91 785 63 96

Mercamadrid, a la cabeza de los mercados de Europa

El beneficio neto supera los 8,2 millones de euros en 2019

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Consejo de Administración de la empresa mixta Mercamadrid SA —cuyos accionistas mayoritarios son el Ayuntamiento de Madrid (51,13%) y la empresa pública Mercasa (48,63%)—, ha formulado las cuentas de la sociedad, arrojando un balance en 2019 muy positivo en lo económico. Se superaron por primera vez los 30 millones de euros de ingresos económicos, reflejo de la creciente actividad comercializadora de las empresas así como del incremento y diversificación de las actividades realizadas. Respecto al beneficio neto, alcanzó los 8,2 millones de euros. Un resultado que permitirá seguir manteniendo el esfuerzo inversor, que en 2019 alcanzó los 4 millones de euros.

Mercamadrid se posiciona como un entorno empresarial tremendamente competitivo. Crece el atractivo e interés comercial, lo que ha permitido alcanzar el 99% de ocupación de la superficie en los mercados centrales en el pasado ejercicio. Un resultado que conlleva la necesidad de generar nuevas estructuras y espacios para seguir ampliando la actividad, dando respuesta así a las necesidades de las empresas.

La actividad comercializadora de las empresas instaladas creció un 10,7%, con la venta y distribución de más de 3 millones de toneladas de alimentos, superando por primera vez los 2 millones de toneladas de frutas y hortalizas. Resultados que posicionan a Mercamadrid en el liderazgo de los mercados en Europa.

Una gran plataforma alimentaria que contribuye a la consecución de un modelo de ciudad sostenible, con un comercio especializado fuerte que vertebra sus calles y barrios. Una ciudad en la que los mercados municipales y establecimientos especializados —que se abastecen en Mercamadrid—, juegan un papel fundamental.

■ COMPROMISO SOCIAL

Por primera vez, Mercamadrid superó en 2019 las 1.000 personas formadas, en 91 cursos impartidos en el Centro de formación. Un balance que permite mejorar la competitividad de las empresas, así como abordar uno de los mayores retos del sector de la distribución comercial de alimentos: el relevo generacional de sus profesionales. Se favorece así, la continuidad del comercio especializado o de proximidad.

En este ejercicio, las empresas de Mercamadrid donaron 1,9 millones de kilos de alimentos al Banco de Alimentos de Madrid, que fueron repartidos a 139 entidades sociales para atender a 34.000 personas. Compromiso con una doble vertiente: la solidaridad con aquellas

personas de nuestro entorno que lo necesitan, y la lucha contra el desperdicio de alimentos.

En pro de reducir el impacto medioambiental de la actividad en el entorno, se valorizó el 46,5% de los residuos generados, lo que

permitió reducir el número de viajes de camiones trasladando residuos al vertedero. Además, se instalaron 1.360 luminarias LED; se digitalizaron las gestiones habituales; y se pusieron en marcha de los puntos de carga para vehículos eléctricos.



Las cuentas de la unidad alimentaria arrojan un balance muy positivo. / MERCAMADRID



FRUTAS ASTURIAS

25 Años ofreciéndole la mejor fruta



MERCAMADRID

- Nave D - Puestos 19-21
 - Parcela J-2 Módulo 7 y 8
- 28053 MADRID (España)



FRUTAS ASTURIAS

Tel.: (+34) 91 785 18 96

Fax: (+34) 91 507 29 55

infoasturias@frutasasturias.com

www.frutasasturias.com

VICENTE MINGARRO / Responsable de Marketing de Frutinter

“La Agricultura Smart tiene muchos beneficios para el campo y la producción”

En esta entrevista Vicente Mingarro, responsable de Marketing de Frutinter, comenta diversos aspectos relacionados con la empresa: la Cátedra Frutinter de la Universidad Politécnica de Valencia, el final de la campaña de cítrico de producción nacional e inicio de la campaña de melón y sandía, y la ampliación en su planta de Onda (Castellón).

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. Siguen apostando por la Cátedra Frutinter de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV)...

Vicente Mingarro. Sí, estamos profundizando mucho en este proyecto. La Agricultura Smart tiene muchos beneficios para el campo y la producción, como hemos visto ya en algunos ensayos en nuestras fincas. Es un proceso sostenible que reduce el consumo de agua y nutrientes ya que sabemos con exactitud lo que la planta necesita, ahorrando considerablemente en recursos.

VF. A mediados de abril, ¿cómo es radiografía de la campaña de mandarina y naranja de producción nacional?

VM. La campaña de mandarina ya la damos por finalizada. Ha ido algo avanzada en el tiempo y hemos tenido menor producción que la campaña pasada aunque con precios más altos.

En cuanto a naranja, también hemos tenido un porcentaje menor de producción y además hemos visto aumentar la demanda desde que se inició la crisis del coronavirus; de hecho, estamos



Vicente Mingarro. / ARCHIVO

trabajando prácticamente sin stocks. Preveemos un final anticipado de la campaña nacional con cerca de unas 4 semanas de antelación.

VF. Desde 2006 en Mercamadrid. ¿Qué área de influencia cubren desde este mercado mayorista?

VM. La clientela de Madrid es mucha y variada. Cubrimos el retail o comercio minorista y la mediana y gran distribución. Sí que estamos potenciando la venta hacia cadenas de distribuidores donde podemos ofertar

más porfolio de productos para dejar ver que Frutinter puede cubrir sus necesidades de frutas y hortalizas.

VF. Según su web, la filosofía de Frutinter: Calidad, transparencia y buen hacer. ¿Por qué estas tres palabras?

VM. Llegamos a ser y somos una gran empresa sabiendo trabajar de forma clara y ofreciendo la calidad apropiada en nuestros productos.

Somos transparentes porque, hace ya más de 15 años, promovimos la trazabilidad para que el consumidor supiera de dónde provenían los productos que estaba consumiendo y porque nuestros clientes en todo momento y de manera clara y diáfana fueran conscientes y sabedores del desarrollo de las campañas y productos.

En definitiva, hemos apostado por la claridad en un proceso de producción controlado y transparente, y a la vista está que con buenos resultados no hemos parado de crecer en el sector hortofrutícola.

VF. ¿Cómo enfocan la campaña de verano? ¿En concreto, sus productos melón y sandía?



Imagen de la parada de Frutinter en el Mercado Central de Mercamadrid. / ARCHIVO

VM. A pesar de que estamos inmersos en la pandemia del coronavirus la población ve en los productos que cultivamos y comercializamos una fuente de vitaminas que ayuda a contrarrestar el efecto de este virus.

El confinamiento ha cambiado el consumo de productos hacia alimentos saludables. En el cítrico hemos notado mucho este cambio y las grandes cadenas también y, en consecuencia, la demanda ha sido fuerte y aunque ahora se estabilice, ahí estará presente.

Con el melón y la sandía, podemos esperar algo parecido. Son alimentos ricos en vitaminas, en fibra... y muy hidratantes por la gran cantidad de agua que contienen. El consumidor sabe que son productos muy saludables y cada vez está más preocupado por su alimentación. Esperamos aumentar volúmenes de producción y venta en ambos artículos. Además, el hecho de ser productores de melón en Brasil para la contraestación española también nos ayuda a tener más presencia en el mercado de estos productos y a garantizar un mejor servicio a nuestros clientes.

VF. Y además cuenta con diversas marcas, ¿por qué?

VM. Frutinter es marquista y por ello dispone de diferentes marcas para la distribución de sus productos. En melón y sandía, con Sinfonía y Uso Prades, ofrecemos productos de calidad primera y extra. También disponemos de otras marcas como Lavila y Defry que se posicionan en diferentes mercados y abarcan otra clientela.

VF. Novedades y objetivos para el presente ejercicio y futuro próximo.

VM. En Frutinter creemos y apostamos por el futuro del sector y por ello vamos a acometer una ampliación de la planta en Onda (Castellón) con una inversión prevista de 12 millones de euros. Con esta inversión pretendemos ganar eficiencia en el proceso de empaquetado de cítricos y melón. Además, pensamos seguir apostando por el desarrollo de los objetivos de la Cátedra, pues creemos firmemente en la Agricultura Smart que se basa en la investigación para el conocimiento preciso del estado sanitario, nutricional y fisiológico de la planta y su entorno.

Récord histórico en la comercialización en 2019

Las empresas de Mercamadrid comercializaron 3.003.113 toneladas de alimentos, un 10,7% más que en 2018

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La actividad en Mercamadrid registró un récord en 2019: creció un 10,7% la comercialización, con la venta de 3.003.113 toneladas de alimentos. Una cifra que posiciona a la unidad alimentaria a la cabeza de los principales mercados europeos de alimentación. Un hito que, según la dirección del mercado, es fruto del crecimiento y mejora de la competitividad de numerosas empresas ubicadas en el recinto, con la ampliación y diversificación de su actividad, así como la llegada de nuevos operadores, que además de ampliar la oferta, aportan valor y competitividad al conjunto.

Crecen todos los segmentos de actividad, con especial protagonismo del sector cárnico, que con 591.677 toneladas, registró un crecimiento del 45,2% respecto a 2018. El sector frutas y hortalizas, con 2.075.233 toneladas, aumentó un 4,3%; y con 172.012 toneladas, el sector pescados y mariscos incrementó su actividad un 4,8%. El sector varios, conformado mayoritariamente por productos de la oferta del pabellón de hostelería y cash & carry, se apuntó un crecimiento del 8,1% con 164.191 toneladas.

Tendencias

En el ejercicio 2019 resalta el importante crecimiento de la demanda de berries y exóticos. Frambuesas, grosellas, moras, pitahayas, carambolas, fisalis y fruta de la pasión, entre otros, son algunas de las frutas que mayor crecimiento registraron el año pasado. A ellas se suman otras ya consolidadas pero que siguen creciendo a doble dígito, como son el mango y el aguacate.

Frutos secos, castañas, avellanas y nueces destacaron también superando las 8.200 toneladas comercializadas.

Peras, manzanas, ciruelas, fresones, naranjas, kiwis, mandarinas, sandías, melones o melocotones son algunos de los grandes protagonistas de nuestra gastronomía que siguieron creciendo de manera destacable en 2019.

También aumentan las variedades de tomate comercializadas y las toneladas, siendo uno de los productos favoritos de nuestra cesta de la compra. Crece un 14% la comercialización, con 205.862 toneladas registradas en 2019. En hortalizas, destacan por su crecimiento en 2019: habas y guisantes frescos, tirabeques, alcachofas, batatas y romanescu. ■

ORIGEN NACIONAL

La oferta de producto fresco de Mercamadrid es única, por su variedad, calidad, precio y volumen. Con una oferta de alimentos procedentes de más de 50 países diferentes, las importaciones están enfocadas hacia alimentos de contra estación y exóticos principalmente, y representan el 22,7% del total. El 77% de los productos comercializados es de

origen nacional. “Una apuesta de las empresas de Mercamadrid, por su gran calidad, frescura, sabor y seguridad alimentaria. Un producto que genera además actividad económica en el sector agroalimentario nacional y en el conjunto de España”, se apunta en el informe del ejercicio 2019.

En el análisis de las principales zonas productoras y puertos de origen nacional de los

Comunidad Valenciana y Andalucía aportan más de la mitad de la fruta comercializada

productos de Mercamadrid, la Comunidad Valenciana (39%) y Andalucía (19%) son las zonas que aportan más de la mitad de la fruta comercializada en el mercado, seguidas de Murcia, Canarias y Aragón.

Andalucía aporta el 50% de las hortalizas que llegan a la unidad alimentaria, seguida por Castilla-La Mancha (20%), Castilla y León (15%), Murcia (11%) y Comunidad Valenciana (4%).

Valladolid es tierra de patatas de gran calidad, siendo la principal provincia proveedora de este alimento imprescindible. Castilla y León aporta el 80% de las patatas comercializadas en Mercamadrid, seguida por La Rioja, Andalucía y Castilla-La Mancha.

Guipúzcoa es el principal puerto de origen de pescado fresco y el segundo de marisco; siendo Pontevedra el primero para marisco y segundo para pescado fresco y A Coruña es el tercero puerto de procedencia.

En el sector cárnico, Zaragoza, Toledo y Cuenca son las tres procedencias más relevantes en el segmento porcino; Cáceres, Madrid y Toledo en vacuno; Badajoz, Zamora y Zaragoza en ovino; y, en el segmento avícola, Madrid, Orense y Sevilla son las principales procedencias para los productos comercializados en la unidad alimentaria.

Mercamadrid es un mercado referente en productos de proximidad, con cerca de 100.000 kilogramos de hortalizas y frutas comercializadas al año. Municipios como Villa del Prado, Aranjuez, Fuenlabrada, Navalcarnero o San Martín de Valdeiglesias, entre otros, hacen que la huerta madrileña esté muy presente en la unidad alimentaria. A ellos se suman algunos municipios de Toledo, como Recas o Borox; de Guadalajara y de Ávila, como Cebreros. No más de 100 km desde el origen para disfrutar de productos en su mejor momento de degustación.

Mercamadrid está conformado por más de 800 empresas y 9.000 trabajadores que, gracias a la profesionalidad, dedicación y saber hacer, ponen a disposición de comercios, restaurantes y diferentes establecimientos el mejor producto fresco cada día.