

valencia fruits

30 de junio de 2020 • Número 2.901 • Año LVIII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



En el capítulo de las frutas destaca la fuerte progresión en la exportación de la sandía y la fruta de hueso. / ARCHIVO

La exportación creció en el segundo mes de pandemia

La facturación hortofrutícola registró un crecimiento del 13,5% en el mes de abril

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La exportación hortofrutícola española mantuvo una evolución positiva durante el segundo mes de pandemia. La facturación de las ventas de frutas y hortalizas en el exterior en abril registró un crecimiento interanual del 13,5%, alcanzando una cifra 1.509 millones de euros. Sin embargo, según los últimos datos actualizados por la Dirección General de Aduanas, procesados por Fepex, el volumen retrocedió ligeramente, un 2%, situándose en 1,1 millones de toneladas.

La exportación de frutas en abril subió un 4% con relación al mismo mes del año anterior, ascendiendo a 633.437 toneladas, y el valor creció un 17%, totalizando 862,5 millones de euros. En este

capítulo, se constata una fuerte progresión de la sandía, con un 62% más y 65.291 toneladas, y de la fruta de hueso que ese mes comenzaba la campaña, con 11.821 toneladas en el caso de la nectarina (+151%) y 6.874 toneladas el melocotón (+15%).

En el lado contrario se situó la fresa, con un descenso en los envíos al exterior del 13% en volumen y del 17% en valor, situándose en 82.396 toneladas y 140 millones de euros, reflejando el fuerte descenso de la demanda que ha sufrido esta fruta a causa de la COVID-19. Frente al crecimiento del consumo del conjunto de las frutas durante la pandemia, la demanda de fresa se redujo fuertemente en uno de los meses más importantes de la campaña, afectando

gravemente a los productores de Huelva, donde se concentra más del 96% de la fresa nacional.

La exportación de hortalizas en abril reflejó un descenso interanual del 9%, totalizando 521.326 toneladas, mientras que el valor creció un 10%, ascendiendo a 647 millones de euros. Las hortalizas más exportadas en este mes fueron la lechuga con 101.120 toneladas y 95 millones de euros, el tomate, con 67.445 toneladas y 91 millones de euros, y las coles, con 64.407 toneladas y 96 millones de euros.

En el acumulado de enero a abril, la exportación hortofrutícola española ascendió a 5 millones de toneladas, un 1,4% más que en primer cuatrimestre de 2019, por un valor de 6.038 millones de euros (+12%), correspondiendo

2,6 millones de toneladas y 2.985 millones de euros a las hortalizas y 2,4 millones de toneladas y 3.053 millones de euros a las frutas.

Según Fepex, los datos de abril reflejan una evolución positiva del conjunto del sector, en medio de la pandemia ocasionada por el coronavirus. Las cifras dan continuidad a los crecimientos del mes de marzo, cuando se inició esta crisis sanitaria, sin olvidar la evolución negativa de importantes producciones como la fresa.

El ligero descenso del volumen del 2%, imputable a las hortalizas, es debido, en gran parte, al desvío de la producción al mercado nacional, donde creció fuertemente el consumo, un 44% en el conjunto de las hortalizas en abril, según datos del MAPA.



Esta semana

- 2 **Tribuna abierta.** Francisco Rodríguez Mulero: "Socializar los beneficios"
- 3 **La campaña andaluza de sandía y melón concluye con mejores precios**

La exportación hortícola de la Región de Murcia crece durante la pandemia
- 4 **Artículo de opinión de Gonzalo Gayo:** "Una crisis como ninguna otra"
- 6 **Artículo de opinión de Cirilo Arandis:** "Singapur sobre el Támesis" frente al Pacto Verde
- 7 **Entrevista a José Beltrán,** gerente de Patatas Beltrán: "Estamos ante una recuperación del sector de la patata"
- 8 **Cantabria ha detectado un brote de psila africana**



La vuelta a la Fase 2 genera preocupación en el sector de la fruta en la comunidad de Aragón

- 9 **AVA y La Unió auguran "un otoño caliente" si no mejora la situación del sector agrario**

Lleida
Valle del Cinca



dossier

ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	8
Agrocotizaciones:	10
Legislación:	14
Noticias de empresas:	15



FOMESA
FRUITECH
Your postharvest partner since 1955

Excelencia en
productos postcosecha



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 ORONAZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

JOSÉ LUIS SANTILLANA VILLAR

RAFAEL CABO CORTELL

MARÍA ROSA MONTÓ CAMARENA

■ preimpresion@valenciafruits.com

Administración

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

Distribución y Suscripciones

FERNANDO MELIÁ CAÑADA

■ suscripciones@valenciafruits.com

Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ rocio.ferrer@valenciafruits.com

BENILDE PASCUAL FERRER

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

■ info@valenciafruits.com

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



SUCRO

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: Mediterráneo Proceso Gráfico

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

Empresa Asociada:



Tribuna Abierta

Socializar los beneficios

La feraz historia de la agricultura valenciana alcanzó uno de sus momentos de mayor apogeo durante el siglo pasado con la implantación y desarrollo del cultivo de los cítricos. Constituían por aquel entonces toda una novedad y sus indiscutibles cualidades convirtieron a naranjas y mandarinas en productos muy apreciados y demandados en Europa. El prestigio y el consiguiente éxito comercial alcanzado por los cítricos valencianos adquirieron proporciones tan legendarias que se incorporaron como seña de identidad al imaginario colectivo, además de transformarse en un motor económico de primer orden que aún ruge en nuestros días, si bien el panorama ha cambiado sustancialmente desde aquellos tiempos de esplendor y no precisamente para bien.

Uno de los efectos de aquella coyuntura histórica, junto a otros factores que sería demasiado prolijo detallar aquí, fue la configuración de un modelo agrario genuino y basado en gran medida en una estructura minifundista de la tierra, consecuencia de las sucesivas transmisiones, de naturaleza familiar, y de las compras suscitadas por ese nuevo objeto del deseo transmutado en fuente de riqueza. Dicho de otro modo: la propiedad de la tierra se democratizó y esa circunstancia en tiempos de bonanza agraria permitió socializar y repartir las ganancias que generaba la agricultura.

Sin embargo, mucho ha llovido desde aquella época y la mayor parte de los propietarios agrícolas valencianos —y no únicamente los citricultores— han pasado de socializar beneficios a socializar pérdidas. Esa es la cruda realidad. Ya no estamos solos en los mercados, la competencia es feroz, las reglas han cambiado y todos los actores que intervienen en el agresivo juego comercial imperante hoy en día han movido ficha y tomado posiciones, mientras que los agricultores valencianos, que siguen siendo ejemplares en materia de conocimientos y buen

hacer, permanecen anclados a un modelo estructural cuya supervivencia se antoja complicada en el contexto actual si no se operan una serie de ajustes imprescindibles. Y sí, me estoy refiriendo a la Ley de estructuras agrarias como el instrumento que ofrece los resortes para operar ese cambio necesario.

Soy consciente de que el concepto de propiedad de la tierra vinculado a nuevas opciones y planteamientos despierta siempre no pocas reticencias y por eso mismo quiero dejar meridianamente claro que la Ley de estructuras agrarias, elaborada por el Consell y que cuenta con el respaldo unánime tanto del Parlamento valenciano como de las organizaciones del sector, contempla, preserva y ga-



El modelo agrario valenciano necesita cambios para ser competitivo. / GVA

rantiza el mantenimiento de ese mismo concepto. De lo que se trata, en definitiva, con la implementación de esta ley, es precisamente de volver a socializar beneficios, de repartir de modo mucho más ecuánime esas ganancias que se generan a lo largo de la cadena de valor y que en la actualidad no llegan a los agricultores.

Al contrario que en otras zonas de España, nunca abundaron los terratenientes en la Comunitat Valenciana y tenemos que rebelarnos contra la idea de que nuestra agricultura pueda terminar en manos de un puñado de latifundistas, lo cual es un riesgo cierto —porque la actividad agrícola en sí misma no va a desaparecer— si no se llevan a cabo esas reformas necesarias en las estructuras. Hay que reflotar las ventajas que en términos de distribución de ganancias



Por FRANCISCO RODRÍGUEZ MULERO

reportaba el minifundio, pero a partir de una concepción que se adapte a las actuales exigencias del mercado. Para lograrlo será preciso poner en marcha unidades productivas con una dimensión suficiente como para permitir una gestión mucho más eficaz, racional y sostenible de los recursos. Si no lo hacemos, si no somos capaces de articular ese tipo de parcelas modernas y en consonancia con la realidad circundante en todo el mundo el reparto de la riqueza en el campo valenciano, la socialización de los beneficios, que otrora fue uno de sus rasgos distintivos, habrá pasado a la historia. Poder conseguirlo no es solo una cuestión de dinero, que también, sino de voluntad, de buena voluntad y de ganas por parte de los elementos implicados: administraciones a todos los niveles y, por supuesto, el propio sector, destinatario final de estos planes.

Y hablando de dinero, del necesario músculo financiero con el que debe dotarse la ley para llegar a buen puerto, debemos referirnos al nuevo horizonte

que se está abriendo en las negociaciones para la futura Política Agraria Común (PAC). Aunque siguen siendo muchas las incógnitas por despejar, máxime después del tsunami desencadenado por el COVID-19, lo que sí sabemos es que cada Estado miembro tendrá mayor libertad para adaptarla —dentro del marco general— a las necesidades de sus respectivas agriculturas y que en ese nuevo contexto también las comunidades autónomas dispon-

drán de un margen de maniobra más holgado a la hora de elaborar sus planes de desarrollo rural. En consecuencia, será fundamental fijar con claridad las prioridades de actuación para poder distribuir del modo más adecuado los fondos disponibles.

Pero el hecho de que la adecuación de las estructuras productivas sea crucial tampoco puede hacernos perder de vista otras cuestiones que, como el equilibrio en la cadena alimentaria o la reciprocidad en los tratados comerciales, resultan igualmente decisivas para alcanzar esa agricultura competitiva, moderna y sostenible a la que aspiramos.

(*). *Secretario Autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana*

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

La campaña andaluza de sandía y melón concluye con mejores resultados

El melón y la sandía de invernadero cierran una temporada positiva en precios

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de sandía protegida se dio por finalizada en Andalucía a mediados del mes de junio. Las cosechas de sandía al aire libre de la zona más oriental de Almería comenzaron a solaparse con las producciones invernadas cada vez menos representativas. A finales de junio, y sobre todo durante el mes de julio, se sumarán las producciones al aire libre del sur de Murcia, Sevilla, Valencia y sucesivamente más regiones del territorio nacional.

La temporada andaluza de sandía se ha caracterizado por una superficie de cultivo similar al de la campaña precedente y una reducción del rendimiento productivo, afectado por la climatología de los meses de marzo y abril y una incertidumbre en su inicio provocada por la pandemia COVID-19.

En el mes de abril comenzaba la campaña con volúmenes muy reducidos, con el canal Horeca cerrado, con los supermercados comunicando que no ofrecerían sandía cortada y con cotizaciones poco esperanzadoras. No obstante, en el mes de mayo la oferta andaluza no alcanzaba las expectativas de campaña, los supermercados empezaron a comercializar sandía cortada, la competencia internacional era escasa y la climatología favorable en Europa. La unión de todos estos factores elevaron las cotizaciones a niveles inesperados.



Las cotizaciones de la sandía andaluza comenzaron a caer en el mes de junio. / ARCHIVO

Durante la primera quincena de junio la competencia internacional se incrementó, entrando en escena las producciones al aire libre y los precios de la sandía cayeron bruscamente.

En esta línea, el informe de seguimiento del sector hortícola protegido, publicado por el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, señala que junio arrancó con una sustancial bajada de las cotizaciones de sandía y con un elevado volumen ofertado. En la semana 24 (del 8 al 14 de junio), los precios siguieron cayendo, en una tendencia que el sector preveía para todo el mes. La curva productiva de la sandía invernada alcanzó los valores máximos en

las semanas 22 y 23, empezando a descender en la semana 24.

A principios del mes junio, la elevada oferta en Almería coincidía con importantes volúmenes procedente de Grecia, Italia y Marruecos, así como con una bajada de las temperaturas en Europa que frenó ligeramente el consumo. Durante la semana 24 la producción invernada descendió notablemente y empezaron a tomar el relevo las nuevas producciones al aire libre marcando el precio de referencia. En el periodo analizado por el informe de la Junta las comercializadoras informan sobre el elevado porcentaje de mermas en almacenes, al no existir salida comercial para los productos

de segunda categoría y para determinados calibres de primera categoría comercial.

Durante la semana 24, la sandía negra sin semillas cotizó a 0,26 euros/kg, registrando una caída del 31% respecto a la semana precedente. La sandía rayada alcanzó un precio de 0,22 euros/kg (-34%) y la sandía mini rayada a 0,18 euros/kg (-39%).

■ MELÓN

A mediados del mes de junio la campaña de recolección de melón Amarillo, Cantaloup y Galia se dio prácticamente por finalizada en Andalucía. Según los datos de la Junta, el melón amarillo obtiene un precio medio próximo a 0,60 euros/kg en la semana 23

La unión de varios factores elevaron las cotizaciones de la sandía a niveles inesperados en mayo

y cayó hasta los 0,50 euros/kilo en la 24.

El melón Galia registró en la segunda semana del mes de junio un valor medio situado entre 0,15-0,20 euros/kg. Este tipo de melón es el que obtuvo un precio medio más bajo, tanto en estas semanas del mes de junio como durante todo mayo. La competencia del melón Galia marroquí y las características organolépticas del producto andaluz, que no terminan de ajustarse a la demanda del consumidor europeo, afectan a la comercialización de este tipo de melón que cada año pierde representatividad en la superficie andaluza.

El melón Piel de Sapo, con una producción recolectada a mediados de junio que se aproximaba al 95% de las estimaciones de campaña, concluirá su recolección a finales de este mes. La producción de Murcia empieza a competir con la oferta de Almería en estas fechas disminuyendo significativamente el precio de este tipo de melón. El importe medio del melón Piel de Sapo se redujo hasta los 0,54 euros/kg en la primera semana del mes de junio y volvió a descender hasta 0,34 euros/kg en la 24.

La temporada de melón Amarillo, Cantaloup y Piel de Sapo se ha desarrollado con rendimientos inferiores a los obtenidos durante la pasada campaña, especialmente en las plantaciones más tempranas, y un precio medio superior al obtenido en el ejercicio anterior en el caso del Cantaloup y Piel de Sapo. El melón Galia, según las estimaciones iniciales realizadas por el sector, obtendría un precio medio por debajo de la campaña precedente.

Las exportaciones hortícolas murcianas crecen durante la pandemia

El volumen exportado aumentó un 4% y la facturación un 16%

► VF. REDACCIÓN.

La Región de Murcia exportó 964.660 toneladas de frutas y hortalizas durante el primer trimestre del año, un cuatro por ciento más que en el mismo periodo de 2019, alcanzando una facturación de 1.052 millones, lo que supone un incremento del 16 por ciento.

El consejero de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente, Antonio Luengo, ha calificado las cifras como "muy positivas".

De este modo, y según los datos publicados por la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas (Fepex), la Región de Murcia ha incrementado la venta de productos hortofrutícolas al extranjero por encima de la media nacional, tanto en millones de euros como en volumen total.

"Los mercados extranjeros aprecian cada vez más los productos de calidad, que cuentan

con garantía de seguridad y exigentes controles, y que durante la pandemia no han dejado de estar presentes en los lineales de los supermercados", afirmó Luengo. Entre los productos con mayor incremento de venta destacan la sandía, la fruta de hueso y la lechuga, "en los que la Región de Murcia es puntera a nivel nacional", remarcó el consejero.

Antonio Luengo afirmó que "estos datos refrendan el gran esfuerzo realizado por el sector



La sandía, la fruta de hueso y la lechuga destacan entre los productos con mayor incremento de venta en el exterior. / ARCHIVO

durante los primeros meses del año, en los que ha estado a la altura de las circunstancias que hemos tenido que afrontar.

Han llevado a cabo enormes esfuerzos de adaptación, implementando todas las medidas de seguridad necesarias para garantizar la seguridad de los trabajadores y la calidad de los productos, y poder así abastecer durante este episodio de crisis sanitaria a gran parte de España y de Europa".

En relación a la producción del sector agroalimentario, Luengo recordó que "mientras la Región de Murcia sigue creciendo en producción y exportación, en Europa se debate sobre las nuevas estrategias campo a la mesa y biodiversidad 2030". "El compromiso con la sostenibilidad y la protección medioambiental debe ir acompañado de presupuestos suficientes para que el sector siga siendo competitivo y pueda cumplir su función de abastecer de producto fresco a la sociedad", concluyó el consejero de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente.

■ A 27 JUNIO

Exportados 241.959.829 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2019/2020, a 27 de junio, se han enviado a países terceros, en exportación (241.453.805) y reexportación (506.024), un total de 241.959.829 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2018/2019, a 29 de junio de 2019, lo exportado eran 345.732.535 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 19/20		Campaña 18/19	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Albania	5.400			
Andorra	638.592		765.682	
Angola	99.555		210.870	
Arabia Saudita	12.615.893		26.023.269	
Argentina	621.629		2.252.381	
Armenia	59.315			
Australia	335.656		154.679	
Bahrain	192.810		762.357	
Bangladesh	39.842		50.107	
Bielorrusia	2.510.409		5.109.935	
Bosnia-Herzegovina	446.316		701.951	
Brasil	22.890.408		26.293.403	
Burkina Faso	36.600		21.372	
Cabo Verde	339.864	73.901	483.704	54.003
Camerún	7.046		63.931	1.632
Canadá	49.715.501		65.647.943	
Chad	21.840			
China	9.271.919		43.443.196	
Colombia	513.148		575.628	
Congo (República)	14.676		42.030	
Corea del Sur	241.358		3.051.392	
Costa de Marfil	118.697	2.761	143.726	3.692
Costa Rica	1.168.344		1.347.187	
Curaçao	380.430		378.935	
Djibouti	11.160			
El Salvador	105.420		65.340	
Emiratos Árabes Unidos	9.985.516	100	17.977.927	
Estados Unidos	922.250		16.666.868	
Gabón	66.066	4.738	286.246	501
Gambia			6.272	
Ghana	44.969		68.086	
Gibraltar	325.443	12.200	259.747	10.819
Guatemala	168.840		24.840	
Guinea	1.981	1.439	16.921	
Guinea Ecuatorial	385.777	73.474	337.834	53.980
Honduras	110.232		249.626	
Hong-Kong	134.619		1.216.172	
India	1.086		456.761	
Indonesia			217.875	
Iraq			394.850	
Islandia	448.440		587.920	
Jordania	43.606	22.680	80.416	
Kazajistán	139.696		152.493	
Kosovo			19.733	
Kuwait	559.042		886.284	
Libia			84.852	
Macedonia	165.969		349.710	2.160
Malasia	1.955.179		3.044.974	
Maldivas	2.613			
Mali	77.173	21.773	157.827	15.938
Marruecos	364	120	117.821	24.523
Mauricio	23.625		24.430	
Mauritania	5.022	3.625	11.791	6.454
Moldavia	1.773.816	5.207	1.797.986	
Montenegro	40.652		40.909	
Nigeria	91.578		47.025	
Noruega	37.977.328	27.600	36.138.048	14.080
Omán	1.167.811		2.293.811	
Panamá	1.003.399		1.209.028	
Qatar	3.070.125		5.529.709	
Rep. Centroafricana	172.870	41.011	231.752	57.890
Rep. Demo. Congo	16.560		44.109	
Senegal	68.511	4.680	23.590	
Serbia	4.557.155	2	5.957.100	
Singapur	355.189		1.787.024	
Sri Lanka	41.633		20.160	
Sudáfrica	2.993.879		2.634.583	
Suiza	66.404.468	210.713	62.180.893	120.929
Togo	3.332		49.971	
Turquía			105.300	
Ucrania	3.478.741		3.574.487	3.220
Uruguay	267.423		409.938	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	39.606		13.086	781
Satsuma	1.769.097	9	1.894.505	
Clementina	43.898.539	4.788	61.104.633	3.255
Clementina con hoja	5.031.541		7.165.005	12
Clemenvilla	3.171.886		3.661.609	
Hernandina	418.931		1.874.377	
Fortuna			20.877	
Kara	660			
Ortanique	6.576.570		11.552.646	
Ellendale			4.462	
Otras mandarinas	8.431.069	6.743	7.559.104	2.751
Uso industrial			20.098	
Nadorcott	8.484.640	80	9.053.715	2.553
■ TOTAL MANDARINAS	77.822.539	11.620	103.924.116	9.351
Navelina	39.572.138	4.915	45.443.360	2.287
Navel	6.077.759	9.741	10.900.289	3.155
Navel Late	1.806.144	39.460	2.537.329	210
Lane Late	52.039.676		80.857.911	1.256
Salustiana	10.397.884		9.727.261	
Cadenera	166		2.146	
Sanguina	18.444		17.003	
Sanguinelli	493.725		417.964	
Valencia Late	6.778.385	40.723	9.472.157	30.602
Verna	6.887	39	18.911	2.233
Otras	2.468.136	80.324	8.517.484	108.980
Uso Industrial	922.455		987.909	
Navel Powel	8.770.600		27.018.990	
Barberina	237.706	3.513	1.219.810	
■ TOTAL NARANJAS	129.590.104	178.715	197.138.525	148.724
■ TOTAL LIMONES	31.053.679	294.459	41.476.645	168.828
■ TOTAL POMELOS	2.978.281	21.229	2.808.230	42.920

OPINIÓN

Una crisis como ninguna otra

Por GONZALO GAYO

El último informe del FMI es sin duda demoledor. Ha bastado mes y medio para que el Fondo Monetario Internacional revise todas sus predicciones para constatar que “esta crisis será como ninguna otra” en un escenario de “incertidumbre” y en el que por primera vez no habrá un solo país en el mundo que se libre de la recesión en 2020.

La luz roja está encendida, a nivel mundial, y se hace un llamamiento a la unidad de acción entre países y continentes para afrontar los enormes retos de futuro y que adquieren tintes dramáticos en los países más pobres.

La implacable propagación de la pandemia ha hecho que se tornen más preocupantes las perspectivas de la seguridad laboral y la desigualdad sufran consecuencias negativas a largo plazo. De hecho, se descarta el rescatar empresas para dedicar los recursos disponibles a sectores empresariales y estratégicos.

La fuerte contracción del producto interior bruto y la consiguiente caída de los ingresos pondrá en serio peligro la solvencia de administraciones para hacer frente a los pagos tras disparado la deuda y los déficit públicos. Se prevé que la deuda pública mundial alcance un máximo histórico que supere el 101% del PIB este y el próximo año, tras un aumento de 19 puntos porcentuales. Además, se prevé que el déficit fiscal global promedio aumente al 14% del PIB en 2020, 10 puntos porcentuales más que el año pasado.

El crecimiento mundial está proyectado en -4,9% en 2020, un 30% superior al pronóstico de hace mes y medio. Los expertos auguran que la recuperación será más paulatina mientras persista el temor a la infección. Se prevén desaceleraciones profundas y sincronizadas en Estados Unidos del 8,0%; Japón 5,8%, Reino Unido 10,2%, Alemania 7,8%, Francia del 12,5% mientras que Italia y España se sitúan en un 12,8% de caída del PIB dado su fuerte peso del turismo. La pandemia de la COVID-19 ha tenido un impacto más negativo que lo previsto en la actividad en el primer semestre de 2020 y la recuperación será, según las proyecciones, más gradual de lo que se había pronosticado. En 2021, el crecimiento mundial está proyectado en 5,4%.

El impacto adverso en los hogares de bajo ingreso es particularmente agudo, y pondría en peligro el avance significativo de la lucha contra de la pobreza extrema logrado



Huerta de Alboraya. / GONZALO GAYO

a nivel mundial desde la década de 1990. Por vez primera, se proyecta un crecimiento negativo para todas las regiones del mundo en 2020 y especialmente en los más pobres o los más dependientes del turismo.

Según las previsiones de este organismo, la actividad mundial tocaría mínimos en el segundo trimestre de 2020. En 2021, el crecimiento aumentaría a 5,4%; es decir, 0,4 puntos porcentuales menos que lo pronosticado en abril y dependerá también de la evolución de la pandemia y el logro de una vacuna.

Al igual que las proyecciones de abril de 2020, este pronóstico está teñido de incertidumbre. Depende de la profundidad de la contracción en el segundo trimestre de 2020 y de la duración de la pandemia y los confinamientos necesarios. También, el distanciamiento social voluntario, que afectará al gasto, la cicatrización causada por los cierres de empresas y la salida de trabajadores de la fuerza laboral, que podrían dificultar la recuperación de la actividad una vez superada la pandemia.

El consumo y la producción de servicios han disminuido de manera pronunciada. En la mayoría de las recesiones, los consumidores recurren a sus ahorros o a las redes de protección social y al respaldo familiar para suavizar el gasto, y el consumo se ve relativamente menos afectado que la inversión. Sin embargo, en este caso, el consumo y la producción de servicios también han disminuido de manera pronunciada. Las empresas también han recortado la inversión frente a una precipitada caída de la demanda, interrupciones del suministro e incertidumbre en torno a las perspectivas de rentabilidad. Los datos de mo-

vilidad basados en rastreos de telefonía móvil, por ejemplo, indican que la actividad en el ámbito del comercio minorista, el esparcimiento, las estaciones de tránsito y los lugares de trabajo sigue estando deprimidos en la mayor parte de los países, aunque la actividad parece estar retomando los niveles de base en algunas zonas.

La marcada caída de la actividad está acompañada de un impacto catastrófico en el mercado laboral mundial. El impacto en el mercado laboral ha sido particularmente fuerte en el caso de los trabajadores poco calificados que no tienen la opción de trabajar desde casa.

En medio de esta situación sombría, hay algunos destellos de optimismo. Las sustanciales medidas de respuesta desplegadas por varios países en el sector fiscal y financiero desde que arrancó la crisis han prevenido peores pérdidas a corto plazo. Los programas de horario de trabajo reducido y los ERTes a trabajadores han impedido que muchos cayeran en el desempleo mientras llega una ansiada recuperación. La liquidez de créditos han impedido quiebras más generalizadas gracias a los bancos centrales que han facilitado el suministro de liquidez y limitado el aumento de los costos de financiamiento de la deuda.

La guinda a esta crisis sin precedentes la pone el recrudecimiento de las tensiones entre Estados Unidos y China en múltiples frentes, las deterioradas relaciones entre los productores de petróleo de la coalición de la Organización de Países Productores de Petróleo y el descontento social generalizado, por lo que urge la máxima unidad que nos permita que nadie quede atrás pese al silencio del G20.

CITROSOL VERTIDO CERO®*

EL FRUTO DE LA **EXCELENCIA**

Primer sistema industrial que mantiene constante la eficacia en el control del podrido.

Palet tras palet y partida tras partida, CITROSOL VERTIDO CERO® mantiene constante la eficacia inicial del caldo, evitando la necesidad de gestionar los caldos de tratamiento sobrantes, ya que continúan inalterados, permaneciendo en reutilización desde el primero al último día de tratamiento en cada campaña citrícola.

Máxima eficacia en control del podrido y niveles de residuos en fruto más homogéneos. Sin duda es una mejora radical que incrementa la calidad y condición de sus cítricos y contribuye a mejorar nuestro medio ambiente disminuyendo los costos de tratamiento.

* Sistema Patentado

OPINIÓN

“Singapur sobre el Támesis” frente al Pacto Verde



Por CIRILO ARANDIS (*)

La irrupción de la pandemia derivada de la incidencia del coronavirus ha servido para aparcar una serie de cuestiones que en su momento fueron portada de todos los medios. Lo acaecido en los últimos meses ha sido de tal magnitud, que toda la atención, ocupación y preocupación se ha dirigido en un único sentido. Por si fuera poco, las secuelas en los ámbitos social y económico, en el caso español, son de tal calibre que pocas cosas nos pueden llamar la atención fuera de este contexto. Sin embargo, el devenir del tiempo nos va abriendo el foco de atención, lo que va a permitir que nuevos, o viejos, problemas vuelvan a ocupar el espacio que ya tuvieron.

Uno de estos temas que vuelven a primera línea de actualidad es el “Brexit”. Cuando creíamos que ya estaba todo el pescado vendido, un simple anuncio ha vuelto a poner en alarma a todo nuestro sector. Cuando creíamos que ya estaba todo acordado y decidido, y que solo era cuestión de seguir la hoja de ruta pactada, el mero hecho del anuncio del gobierno británico de no solicitar la prórroga en las negociaciones que se están llevando a cabo en estos momentos, así como el sistema previsto por los británicos para el control de mercancías en frontera, han hecho sonar todas las alarmas.

El motivo de esta preocupación no es otro que la posibilidad, cada vez más cierta, de que el resultado final del proceso sea un “no acuerdo”, con las consecuencias que de ello se pudieran derivar.

El Reino Unido es uno de los principales mercados para productos agroalimentarios españoles, representando el 11% de nuestro comercio con la UE-28. Se trata de un mercado de más de 4.000 millones de euros y de tres millones de toneladas, que genera un claro beneficio para nuestro país, que recibe de los británicos, y para el mismo sector agroalimentario, 900.000 toneladas, que equivalen a 1.200 millones de euros. Es también uno de los principales mercados de nuestro sector, 12% en frutas y 15% en hortalizas, cuyo valor comercial alcanza los 2.000 millones de euros. Mercado necesario, ya que los británicos no son precisamente productores de frutas y hortalizas, aunque ya se están buscando la vida con acuerdos comerciales con todo aquel país que le quiere escuchar. Un nuevo episodio como Estados Unidos o Rusia, mercados a los que por diversas



En Reino Unido se está jugando en silencio una partida estratégica de alto nivel. / ARCHIVO

razones no tenemos acceso, no sería nada positivo.

Si hacemos un poco de historia, todo comenzó con el referéndum de junio de 2016 cuando el triunfo de la salida del Reino Unido de la Unión Europea supuso un shock a ambos lados del Canal de la Mancha. La consulta se analizó desde la perspectiva de intento de afianzamiento del liderazgo del entonces “Premier”, David Cameron, pero parece ser que nada más lejos de la realidad, a la vista de cómo han ido evolucionando los acontecimientos. Las distintas pretensiones de Londres en el periodo negociador parecen una estrategia premeditada en busca de otros objetivos. Una operación con marcado acento ideológico, con la pretensión de promover un modelo económico distinto a las puertas de la Unión Europea, con el beneplácito de otras potencias, y que puede suponer una competencia desleal sobre el modelo productivo y social comunitario, cuando no una puerta de atrás de acceso al mercado único de las importaciones británicas.

El proceso se ha ido cocinando a fuego lento, sin prisa, pero sin pausa. En marzo de 2017, Theresa May solicita formalmente la salida del Reino Unido. En noviembre de 2018 se produce la firma del Acuerdo de Retirada UE-UK, con sucesivas prórrogas durante 2019, que fueron motivo de chistes de todo tipo. Se llegó a finales de 2019 a la ratificación del Acuerdo de Retirada revisado, que entró en vigor el primero de febrero de 2020. A partir de esa fe-

Hay que hacerse a la idea que los británicos no quieren estar en la Unión Europea, no nos quieren, pero sí que quieren sus ventajas

El Reino Unido es uno de los principales mercados para productos agroalimentarios españoles, representando el 11% de nuestro comercio con la UE-28

cha, el Reino Unido ya no forma parte de forma oficial de la Unión Europea, estableciéndose un periodo transitorio hasta el 31 de diciembre de 2020 con statu quo (mercado comunitario, unión aduanera y políticas comunitarias, pero sin voz ni voto en la toma de decisiones), durante el cual prosiguen las negociaciones para cerrar un acuerdo para la futura relación post 2020. Además, se mantiene los compromisos financieros del Londres en el presupuesto comunitario de 2020 y se establece el protocolo relativo a la frontera irlandesa, tema vital para los británicos.

En principio, nos quedan pocos meses para cerrar un acuerdo que parece, hoy, más que imposible. En un escenario caracterizado por la tensión, los negociadores técnicos han llegado hasta donde podían llegar y ahora deben ser los políticos quienes deben decidir si se avanza o no. Por si acaso, Boris Johnson ya ha presentado su nuevo régimen arancelario post-brexit. Los temas encima de la mesa, por lo que afecta al sector agroalimentario son básicamente tres:

el acceso al mercado y las reglas sanitarias y fitosanitarias; comercio, inversiones y propiedad intelectual, incluyendo las denominaciones de origen; El llamado Level Playing Field, algo así como campo de juego nivelado, es decir que el Reino Unido tiene que asimilar las reglas en materia de ayudas de estado, normas sanitarias, laborales, medioambientales y de competencia de la UE para evitar que exista competencia desleal. Es en este último ámbito, y no ya solo para la agricultura, donde se encuentra el mayor escollo, ya que aquí se encuentran las líneas rojas de las dos partes negociadoras, puesto que Londres se niega.

Bruselas no quiere que el Reino Unido se convierta en un paraíso fiscal o algo similar a las puertas del mercado único, donde las empresas prefieran implantarse en las islas con libre acceso, o lo más parecido, al mercado comunitario. Londres se niega a adoptar en el futuro las normas de la Unión Europea, aludiendo que quiere ser un Estado libre, soberano e independiente para establecer sus

propias normas. Exige un trato como país tercero, pero como si de un socio comunitario se tratara, algo que no tiene ningún otro país europeo no socio de la Unión Europea. Aquí Bruselas lo tiene claro: los británicos no pueden tener, en ningún caso, mejores condiciones que aquellas de las que goza cualquiera de los socios comunitarios. Estar en la Unión Europea debe tener sus ventajas, y no estar sus desventajas, porque solo así se pueden disipar los cantos populistas de algunos gobiernos europeos.

La línea roja de Boris Johnson lo es en tanto en cuanto desea implantar en su territorio un modelo económico que está denominado como “Singapur sobre el Támesis”. Tomando como referencia el modelo económico de aquel país, los conservadores británicos pretenden implantar un modelo económico basado en una libertad empresarial incontrolada, sustentada en impuestos bajos o nulos, contención salarial, sindicatos débiles y escasa normativa en el ámbito social y medioambiental. Algo así como un paraíso fiscal a pocas millas de la frontera comunitaria, a lo que Bruselas replica que para acceder al mercado único Londres debe adoptar una serie de normas en materia de competencia, ayudas de estado, medioambientales, sociales y laborales como las que se aplican en la Unión Europea, y estar ligadas en todo momento. Estamos, no cabe duda, ante la primera ocasión de exigir reciprocidad en relación con la implantación del Pacto Verde Europeo.

Así pues, no se trata de un divorcio por despecho. Hay que hacerse a la idea que los británicos no quieren estar en la Unión Europea, no nos quieren, pero sí que quieren sus ventajas. Quieren incluso negociar socio a socio de los 27, soslayando las instituciones comunitarias, lo que de permitirse, socavaría los cimientos de la construcción del proyecto europeo. Boris Johnson no tiene prisa, pues ya tiene su chivo expiatorio para justificar los problemas que en el ámbito económico y social le puede reportar el “no acuerdo”. No pasa nada, pues el coronavirus será el culpable de todos los contratiempos de toda índole que en el presente y futuro más próximo les puedan caer a los británicos. Hay que ser consciente que el efecto del “no acuerdo” en el Reino Unido, está amortizado.

Como vemos, se está jugando en silencio una partida estratégica de alto nivel. El sector agroalimentario, y especial el de las frutas y hortalizas, es bastante irrelevante en el tablero de juego. Si no hay acuerdo, es más que probable que haya aranceles y cuotas en el acceso al Reino Unido, así como un incremento de los controles y la burocracia. Todo puede pasar; por lo que hay que estar preparado para cualquier escenario.

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

JOSÉ BELTRÁN / Gerente de Patatas Beltrán

“Estamos ante una recuperación del sector de la patata”

En un año marcado por la pandemia, el sector de la patata ha visto cómo una climatología atípica se sumaba a los problemas de falta de demanda por la desaparición del canal Horeca durante las semanas del confinamiento. José Beltrán, sin embargo, señala un cambio de tendencia tanto en precios (al principio muy bajos, ahora en alza) como en oferta (al principio muy abundante, ahora escasa) y demanda (fuerte descenso inicial y gran incremento con el inicio del verano y el desconfinamiento) y anuncia que las patatas de la segunda mitad de la campaña van a ver cómo se incrementa notablemente su precio.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo está discurrendo la campaña de patata para Patatas Beltrán?

José Beltrán. La campaña, debido a las inclemencias del tiempo y el coronavirus, ha sido un poco difícil, hemos tenido un inicio claramente a la baja. El problema reside en que en la primera mitad se criaron con muy buena temperatura y las hectáreas dieron muchos kilos. Luego, de repente, hemos tenido una segunda parte de la campaña en la que las producciones son bajísimas. Además, debido al coronavirus, hemos tenido problemas de consumo porque no estaba el canal hostelería abierto.

Se pensaba que íbamos a tener un desastre de campaña y nos hemos encontrado en lo que llevamos del mes de junio con producciones bajísimas. Hemos pasado de treinta mil kilos por hectárea de media en muchos patatales a que ahora son de menos de veinticinco mil kilos. Entonces se está dando ahora mismo una situación por la que en zonas tradicionales, como puede ser Valencia, han tenido muchos problemas para defender el producto mientras que ahora, en cambio, se encuentra el mercado vacío de patatas, por ejemplo, en el tipo Agria para hostelería, que son las patatas que menos kilos han dado, y en patatas para lavar. Ahora mismo está empezando a subir el precio.

Hemos pasado de tener problemas de comercialización a ver que, de repente, está subiendo el precio.

VF. ¿Están observando la crisis de precios de la que hablan las organizaciones agrarias o hay salvedades?

JB. Es indudable que hasta este momento, cuando estábamos con muchas zonas en las que no se estaba vendiendo al cien por cien, hemos tenido problemas de comercialización, lo que pasa es que ahora en el verano es como si hubiéramos hecho un paréntesis, como si todo el mundo dejara de lado el problema del coronavirus. Queremos vivir el verano y eso ha hecho que suba la demanda de la hostelería y de los mercados en general. Un poco se ha vuelto a la normalidad.

Pero a estos cambios en la demanda hay que sumar que hemos tenido el peor año climatológico de la historia y eso se ha traducido en dos circunstancias: la primera mitad de la campaña hemos tenido una producción altísima y la segunda parte de



José Beltrán, gerente de Patatas Beltrán: “Hemos pasado de tener problemas de comercialización a ver que, de repente, está subiendo el precio”. / ARCHIVO

la campaña hemos tenido las producciones más bajas de la historia. O sea, es algo extrañísimo. En la zona de Cartagena hemos recogido mil litros y esto es increíble cuando veníamos de años que caían trescientos mililitros durante todo el año.

VF. Con este panorama tan atípico que describe, ¿cómo espera que se cierre la campaña?

JB. Si no volvemos a un confinamiento, estamos ante

“Si no volvemos a un confinamiento, estamos ante un año de falta de kilos”

“Estamos hablando ya de Agrias en origen entre 25 y 26 céntimos y antes no valían nada”

un año de falta de kilos. Seguramente las patatas a partir de septiembre-octubre van a valer mucho dinero. La climatología ha jugado un papel esencial: hemos tenido lluvia en toda España y en algunos casos la gente escuchaba “precio barato” ha abandonado el cultivo y ahora nos vamos a encontrar en una subida de precio es increíble lo que va a pasar, increíble.

VF. ¿Recuerda alguna campaña similar? ¿Qué está pasando este año?

JB. Sí, hubo una campaña, no me acuerdo exactamente cuál, en la que tuvimos un año catastrófico. En Cartagena se vendieron las patatas muy baratas y luego empezaron a subir y subir. Este año porque el efecto del coronavirus ha hecho mucho daño, si no, las patatas no hubieran bajado este año, aunque veníamos de precios muy altos. La falta de consumo ha hecho que cayeran las patatas. Pero, por ejemplo, variedades como el tipo Agria que son patatas principalmente para hostelería llegaron a no valer nada porque eso si no se activa la hostelería eso no tiene mercado. Ahora se ha activado y ahora falta patata y cada día

está subiendo. Estamos hablando ya de agrias en origen entre veinticinco y veintiséis céntimos y antes no valían nada. Europa también ha empezado a pedir de la noche a la mañana. La demanda no se puede cubrir y eso es todo debido a la falta de kilos porque la climatología ha sido un desastre. Estamos ante una recuperación del sector de la patata y las zonas que vienen detrás, como Valladolid, van a comprobar que las patatas se están recuperando. Que las cuiden que la patata al final va a valer dinero.

VF. ¿En qué zonas productoras trabaja Patatas Beltrán?

JB. Nosotros estamos presentes prácticamente en toda España trabajamos fuerte en la campaña de Cartagena, también somos muy activos en Sevilla y principalmente nuestra zona de producción es Albacete. Luego compramos muchísimo en Valladolid, la zona de Castilla y León, Salamanca... apostamos muchísimo por el producto nacional: el noventa y cinco por ciento de nuestro producto es nacional. Todo el mundo sabe que es nuestra bandera y, además, estamos en expansión.

Cera Trap
“LISTO PARA USAR”

Inspeccionado por **ECOCERT INSUMOS**

Bioiberica

REGISTRO FITOSANITARIO Nº: 24.937

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

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

www.planthealth.es

Agrocultivos

Cantabria ha detectado un brote de psila africana

Este insecto es capaz de propagar la bacteria causante de la enfermedad del Greening

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Cantabria ha detectado un foco de psila africana de los cítricos (*Trioza erytreae*) en la localidad de Mogro, en el término municipal de Miengo. Este insecto es uno de los vectores de transmisión de la temible enfermedad del Greening o Huanglongbing (HLB) de los cítricos, una patología bacteriana incurable y devastadora que afecta a limoneros, naranjos y mandarinos.

Esta plaga de cuarentena regulada en la Unión Europea se había detectado hasta el momento en las Islas Canarias en 2002 y en Galicia y en el norte de Portugal en el año 2014. El nuevo foco encontrado por el Servicio de Agricultura y Diversificación Rural, dependiente de la Dirección General de Desarrollo Rural de Cantabria, viene a confirmar que la psila africana sigue extendiéndose y se incrementa el peligro de llegada a las principales zonas de producción de cítricos españolas.

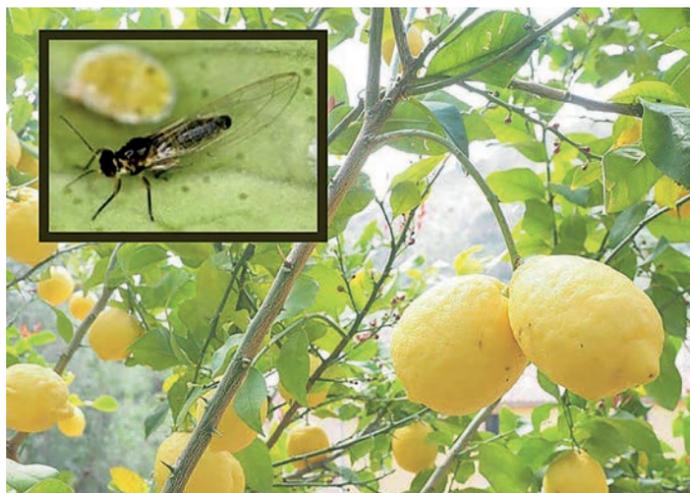
Con el fin de poder erradicar este primer brote y evitar su dispersión, el Gobierno de Cantabria está inspeccionando la zona afectada y sus alrededores para delimitar su extensión y destruirá los brotes afectados para posteriormente quemarlos o enterrarlos en profundidad. Para ello, la Dirección General de Desarrollo Rural ha solicitado la colaboración ciudadana para que den aviso a la sección de Producción y Sanidad Vegetal de la Consejería ante la más mínima sospecha de la presencia de la plaga. También reclaman predisposición ciudadana a la hora de facilitar el acceso de los inspectores a los huertos y jardines privados por ser los lugares

en los que mayoritariamente se localizan las diferentes variedades de cítricos que existen en Cantabria.

La Consejería de Desarrollo Rural advierte de que se trata de un insecto capaz de propagar la bacteria causante del Greening (enverdecimiento de los cítricos) mediante la dispersión de forma natural por su propio vuelo hasta una distancia de 1,5 kilómetros que puede incrementarse con vientos dominantes. También mediante el tránsito de material vegetal infectado procedente de zonas con presencia del organismo, que puede llevar huevos o ninfas a larga distancia.

■ MEDIDAS PREVENTIVAS

Las medidas preventivas establecidas por el Gobierno de Cantabria ante la presencia de este brote han consistido en extremar las precauciones en el comercio



La psila africana es uno de los vectores de transmisión de la bacteria que provoca la temible enfermedad del Greening en los cítricos. / GOBIERNO DE CANTABRIA

y transporte del material vegetal sensible y el movimiento de cualquier tipo de producto vegetal procedente de zonas con pre-

sencia del insecto, ya que puede adherirse a él.

Además, todo el material vegetal de la familia de las rutá-

ceas deberá ir acompañado de pasaporte fitosanitario; limitar o impedir el tránsito de vegetales sensibles sin control, y vigilar los cítricos y las especies sensibles, especialmente durante los periodos de brotación.

También se realizarán tratamientos químicos con productos autorizados para el control de los vectores tan pronto se localice su presencia; se instalarán trampas adhesivas amarillas para la captura de ejemplares adultos, y se comunicará a las autoridades competentes cualquier sospecha de la presencia de esta plaga en Cantabria.

■ ¿QUÉ ES LA PSILA AFRICANA?

El psílido *Trioza erytreae* es una especie de color verdosa que más tarde evoluciona a castaño oscuro y mide unos 4 milímetros de longitud. Dispone de largas alas transparentes y venas muy marcadas, y son grandes voladores. Sus huevos son alargados, de color amarillo-naranja con un extremo más agudo.

Se localizan principalmente en los márgenes y nervio central de las hojas, aunque también pueden distribuirse por toda ella si las condiciones de humedad lo permiten.

Sus ninfas son planas y ovaladas, de color amarillo que torna a verde oliva y gris oscuro. Originan secreciones cerasas y son muy poco móviles. Cuando emergen, se fijan en el envés formando colonias, donde después de alimentarse durante días se producen agallas que se proyectan en el haz.

Los daños que provocan en las hojas de los árboles consisten en agallas, deformaciones y amarillamiento de los brotes jóvenes de las rutáceas, cuando la colonia de ninfas se está multiplicando. Si las ninfas presentan una elevada densidad de población, las hojas aparecen retorcidas, con aspecto rizado y clorosis. En el caso de los frutos, provoca deformaciones y coloración irregular, mientras que en los árboles genera un aspecto amarillento, debilitado y una masa foliar escasa, llegando a producir su muerte progresiva.

Frenar la expansión de la psila africana

El Greening o Huanglongbing (HLB) de los cítricos no tiene cura, por lo que todos los esfuerzos se centran actualmente en frenar la expansión de los insectos vectores para que no lleguen hasta las principales zonas cítricas españolas. Por ello, el Ministerio de Agricultura autorizó en noviembre de 2019 la suelta controlada y experimental de la avispa *Tamarixia dryi* en entornos de limoneros de Galicia y Portugal como medida para frenar el avance del psílido *Trioza erytreae*.

Aunque el Greening no se ha detectado hasta el momento ni en España ni en Portugal, los científicos coinciden en que la bacteria que transmite esta enfermedad llegará, solo es cuestión de tiempo. Y si no se toman precauciones, el vector se dispersa rápidamente sin la enfermedad y cuando esta llega no se puede detener

porque los insectos transmisores se encuentran extendidos por todas partes.

Los investigadores del IVIA llevan años trabajando para reducir la dispersión del psílido. Entre las diferentes líneas de investigación que llevan en marcha, la más prometedora es la introducción de una avispa milimétrica de origen subsahariano que parasita al psílido vector. La avispa *Tamarixia dryi* parasita al psílido *Trioza erytreae* porque sus hembras ponen los huevos sobre este. Cuando los huevos eclosionan, la descendencia se alimenta del psílido.

Esta avispa ha mostrado una gran eficacia para controlar al psílido en las Islas Canarias y se espera que este éxito se repita en Galicia y Portugal para poder detener el avance del psílido vector y con ello la llegada de la enfermedad del HLB a los cítricos de España y Portugal. ■

■ ARAGÓN

La vuelta a la Fase 2 genera preocupación en el sector de la fruta

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Las cuatro comarcas aragonesas que han tenido que retroceder a la Fase 2 de la desescalada, al detectarse rebrotes de coronavirus, son zonas eminentemente frutícolas. La Litera, Cinca Medio y Bajo Cinca, en la provincia de Huesca, y en el Bajo Aragón-Caspe, en Zaragoza, se encuentran en plena campaña de recogida de la fruta. Son miles los temporeros empleados en estas tareas del campo, —solo la localidad de Fraga cuenta cada año con unos

7.000—, y la nueva situación ha generado inquietud y mucha preocupación en el sector.

Se han extremado las medidas de seguridad, los controles e intensificado las pruebas, se ha reducido la movilidad y se han hecho llamamientos a no “estigmatizar” a los temporeros.

El propio presidente de Aragón, Javier Lambán, pidió que no se “demonice” al sector de la fruta, “fundamental para nuestra economía”, ni tampoco a los trabajadores inmigrantes”, pues,

“si ellos no vinieran, la recogida de fruta sería imposible”.

Y añadió: “Tenemos que intentar, por todos los medios, que cualquier brote de xenofobia, que afortunadamente hasta ahora no se ha producido, tenga la posibilidad de desarrollarse”.

En las ciudades comarcas hay al menos siete focos activos de coronavirus y se acumulan más de 320 positivos. Los afectados por la Fase 2 son más de 81.000 habitantes, el 6% de la población aragonesa.

Algunos ayuntamientos, como los de Binéfar, Zaidín, Monzón o Fraga, han habilitado pabellones deportivos para, en unos casos, alojar a los contagiados que no tienen donde pasar la cuarentena, o para acoger a los temporeros sin techo y que hasta ahora dormían en la calle.

La nueva situación ha generado más gastos a los productores

y empresas, pues han tenido que implantar nuevas medidas de seguridad en las explotaciones y en algunos casos han paralizado o ralentizado la actividad.

Un claro ejemplo es la empresa Frutas La Espesa, ubicada en la localidad oscense de Zaidín (Bajo Cinca), donde se registró el primer rebrote de COVID-19. Ha presentado un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) al no poder hacer frente a la producción por no contar con suficientes trabajadores. De los 260 empleados con que cuenta la plantilla, unos 200 han dado positivo en las pruebas PCR o están confinados en cuarentena.

Además, de esta empresa, que se dedica a la producción, selección, envasado y comercialización de fruta, dependen aproximadamente 1.200 personas de la zona, entre trabajadores directos e indirectos.

El Departamento de Sanidad del Gobierno de Aragón había levantado el pasado jueves el cierre de la citada empresa, que afectó principalmente a la zona de selección y envasado. No obstante, continuaron recogiendo fruta que han almacenado en cámaras frigoríficas que ahora están llenas y tratan de vender.

Sin embargo, la planta frutícola no ha podido retomar la actividad al contar solo con el 25% de la plantilla, unos 60 empleados, pues el resto está en aislamiento. La única salida que le quedaba era un ERTE, que calcula durará varias semanas y luego se retomará la actividad poco a poco. Fuentes de la empresa señalaron que no pueden vender a sus clientes europeos y los agricultores que les suministran el producto están perdiendo 400.000 euros semanales, ya que sacaban más de un millón de kilos de fruta por semana.

AVA-Asaja y La Unió auguran “un otoño caliente” si no mejora la situación del sector agrario

Las organizaciones agrarias arrancan una campaña de protestas para acabar con el “maltrato” a los agricultores valencianos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) y La Unió de L'auradors i Ramaders protagonizaron el pasado, a las puertas de la Conselleria de Agricultura de la Generalitat Valenciana, una concentración de un centenar de personas para denunciar “la falta de compromisos” por parte de las administraciones y “la insolidaridad mostrada hacia los productos de proximidad” por las cadenas de la gran distribución, que han provocado unas pérdidas superiores a los 20 millones de euros entre los productores de cebollas y patatas de la huerta valenciana.

Ambas organizaciones agrarias han avanzado que este acto de protesta es el primero que van a convocar en los próximos meses y que, de este modo, inician una extensa campaña de movilizaciones por sectores agrarios en crisis o en busca de soluciones a problemas específicos. Así, la próxima convocatoria exigirá medidas efectivas para la lucha del Cotonet de Sudáfrica en cítricos y caquis. Si no mejora la situación del sector agrario, las dos entidades auguran “un otoño caliente”.

El presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, aseguró que “no vamos a parar de salir a la calle hasta que todas las administraciones pongan en marcha medidas que acaben con el maltrato a los agricultores y ganaderos. De igual modo que se lucha contra el maltrato a las mujeres, al grupo LGTBI o a los animales,

AVA-Asaja y La Unió critican que “la Ley de la Huerta no sirve para proteger a los productores de cebollas y patatas de la insolidaridad mostrada por la gran distribución”



La consellera de Agricultura, Mireia Mollà, recibe un documento reivindicativo de manos de Cristóbal Aguado y Carles Peris. / AVA-ASAJA Y LA UNIÓN



Cristóbal Aguado y Carles Peris lanzan al suelo cebollas y patatas como protesta por los bajos precios que se están pagando a los productores. / AVA-ASAJA Y LA UNIÓN

debe haber leyes que protejan de verdad a los productores del campo. O los políticos se ponen las pilas o haremos que se las pongan, a través de protestas que pueden ser menos prudentes que la de hoy, porque nos estamos jugando nuestro futuro”.

Por su parte, el secretario general de La Unió, Carles Peris, defendió que “ahora no es el momento de hacer grandes aglomeraciones por sentido de la responsabilidad, pero haremos más protestas sectoriales, sin descartar el acabar con una manifestación global como la que hicimos en febrero. Las administraciones no han apostado desde hace tiempo por nuestra agricultura y es imprescindible que impulsen políticas en apoyo de los profesionales. La gran distribución también puede hacerlo mucho mejor y apostar por los productos de proximidad”.

Tras entregar un documento reivindicativo a la consellera de Agricultura, los dirigentes de AVA-Asaja y La Unió lanzaron al suelo cebollas y patatas en

protesta por los bajos precios ofrecidos mientras los lineales estaban llenos de importaciones foráneas a un precio multiplicado por mil del productor al consumidor. Asimismo, Cristóbal Aguado concluyó su intervención rompiendo, de manera simbólica, la Ley de la Huerta porque “no tiene ningún efecto sobre la rentabilidad del productor” y retó a la consellera a demostrar si sirve de verdad a los agricultores.

Las reivindicaciones se centraron en pedir más presupuesto a la Ley de la Huerta, así como a la Ley de Estructuras Agrarias; en impulsar la Ley de la Cadena Alimentaria mediante la fijación de costes efectivos de producción por parte de un organismo público; y en lograr una PAC más justa para la agricultura mediterránea, que aporte estabilidad al mercado, que abra mercados exteriores y que permita importaciones de países terceros que únicamente complementen la producción europea pero que en ningún caso la sustituyan.

**CUIDAMOS
TUS FRUTAS**



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

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

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

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

Somos tu socio en Postcosecha



FOMESA FRUITECH

Your postharvest partner since 1955



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

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

info@fomesafruitech.net
www.fomesafruitech.net

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 25 de junio de 2020, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	1,10
Aguacate	2,00
Almendra	3,80
Pomelo	1,30
Avellana	3,30
Caqui	2,50
Carambolas	5,00
Castañas	6,00
Cerezas	3,50
Cocos	0,60
Membrillo	2,50
Dátiles	3,20
Feijoa	4,00
Higos	4,50
Chumbos	1,70
Frambuesas	7,00
Grosellas	13,00
Kiwis	2,10
Lichis	3,00
Lima	2,10
Limón	0,90
Fresa	6,00
Fresón	3,50
Granada	2,50
Mandarina Clementina	2,00
Satsuma	1,50
Otras	1,30
Mangos	3,20
Maracuyá	4,40
Melón Galia	0,95
Amarillo	0,80
Piel de Sapo	0,75
Otros	0,60
Moras	7,50
Nashi	0,80
Nectarina Blanca	1,70
Amarilla	1,70
Níspero	1,70
Nueces	3,50
Olivas	3,80
Papayas	3,50
Pera Blanquilla	1,40
Verano	1,50
Invierno	1,35
Temprana	1,90
Piña	0,80
Pitahaya	5,50
Plátanos Canarias	1,10
Importación	0,75
Manzana Bicolor	0,95
Amarilla	0,70
Verde	0,75
Roja	0,85
Otras	1,40
Melocotón Amarillo	1,20
Rojo Pulpa Blanca	1,70
Rojo Pulpa Amarilla	1,25
Ciruela	1,20
Uva Blanca	3,10
Negra	2,20
Rambután	5,00
Sandía con semilla	0,60
Sin semilla	0,60
Naranja	1,20
Chirimoya	1,50
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	0,40
Ajo Seco	2,90
Tierno	0,75
Apio	0,65
Acelgas	0,55
Batata	1,20
Borrajá	1,00
Brócoli	1,75
Brecol	1,50
Calçots	0,07
Calabaza	1,00
Calabacín	0,50
Cardo	0,65
Alcachofa	2,00

Cebolla Seca	0,30
Figueras	1,20
Tierna	0,60
Pepino	0,55
Col Repollo	0,60
Bruselas	1,30
Lombarda	0,40
China	1,10
Coliflor	1,10
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,65
Larga	0,55
Otras	0,50
Endibia	0,90
Escarola	0,75
Espárragos Blancos	4,50
Verdes	1,30
Espinaca	0,65
Haba	0,70
Hinojo	0,65
Perejil	0,40
Judía Bobi	2,40
Perona	4,00
Fina	3,50
Otras	1,60
Nabo	0,80
Zanahoria	0,50
Patata Blanca	0,45
Roja	0,45
Pimiento Lamuyo	1,60
Verde	0,80
Rojo	1,10
Guisante	3,00
Puerro	1,10
Rábano	0,45
Remolacha	0,60
Tomate Maduro	0,50
Verde	0,85
Chirivía	1,50
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	1,70
Rovellón-Níscalo	18,00
Champiñón	1,55
Otras Setas	10,00
Maíz	1,00
Caña de Azúcar	1,00

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 23 al 26 de junio de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	1,80-1,70
Cerezas	3,50
Fresones	3,50-2,75
Melocotones Rojos	1,30-1,20
Melón Piel de Sapo	1,20-1,10
Naranja Valencia Late	1,00
Nectarinas	1,40
Pera Sanjuanera	2,00-2,20
Sandías	0,50-0,60
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas	0,90-0,85
Calabacines	0,50
Cebollas	0,33
Judías Verdes Perona	2,80-2,75
Lechugas	0,41
Patatas Calidad	0,26
Pimientos Verdes	1,30
Tomate Maduro	0,90
Verde	0,90

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 15 al 21 de junio de 2020. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,26
Albaricoque	1,44
Almendras	8,29
Cereza / Picota	3,51
Ciruela	1,19
Cardo	8,29
Fresa / Fresón	3,36

Granada	1,90
Breva	3,31
Kiwi / Zespri	2,92
Lima	2,50
Limón	1,10
Mandarina Clementina / Fortuna /	
Nadorcott	2,40
Mango	2,25
Manzanas O.V. / Pink Lady	2,87
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,04
Starking / R. Chief / Gloster / Galaxia	1,44
Reineta / Canadá Gris	3,40
Granny Smith	1,63
Royal Gala / Cardinale	1,53
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,65
Melocotón / Baby Gool	1,83
Melón / Galia / Coca	0,85
Naranja Navel	1,28
Valencia Late / Miaknight	1,00
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,34
Nectarina	1,42
Nuez	4,21
Papaya	2,83
Paraguayo	1,58
Pera O.V. / General Lecler / Nashi /	
Red Sensation / Topea	1,66
Blanquilla o Agua	1,75
Ercolini / Etrusca	2,85
Castell o San Juan / Magallona	2,10
Conferencia / Decana	1,60
Piña	1,08
Plátano	1,10
Banana	0,70
Pomelo / Rubi Start	1,31
Sandía	0,51
Uva	3,00
Otros Frutos Secos	12,43

HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,84
Ajo Seco	2,73
Tierno / Ajete	6,60
Alcachofa	1,80
Apio	1,11
Batata / Boniato	1,07
Berenjena	0,71
Brócoli / Brecol	2,10
Calabacín	0,67
Calabaza / Marrueco	1,03
Cebolla / Chalota	0,40
Cebolleta	0,96
Champiñón	1,74
Col Repollo	0,51
China	1,15
Lombarda	0,77
Coliflor / Romanescu	1,41
Endivia	2,18
Espárrago Verde	4,61
Espinaca	2,52
Judía Verde Fina (Brasileña)	3,13
Verde Boby / Kora / Striki	2,20
V. Perona / Elda / Sabinal / Emerite	2,34
Lechuga O.V.	0,64
Pera	1,84
Iceberg	0,68
Pepinos	0,74
Perejil	1,88
Pimiento Verde	0,87
Rojo (Asar)	1,17
Puerro	1,23
Rábano / Rabanilla	1,93
Remolacha	1,60
Seta	3,07
Tomate O.V.	0,90
Cherry	1,92
Daniela	0,68
Zanahoria	0,66
Menestra	2,50
Hierbabuena	2,14

PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,36

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 22 al 26 de junio de 2020, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	3,95

Aguacate Fuerte	3,20
Hass	3,76
Albaricoque Moniquí	2,01
Otras Variedades	2,05
Almendra	1,50
Cereza Otras Variedades	4,45
Picota	4,96
Ciruela Golden Japan y	
Songold, Amarilla	1,96
Otras Familia Black, Roja	1,45
Reina Claudia	1,15
Santa Rosa, Roja	2,70
Coco Otras Variedades	1,00
Dátil Deglet Nour	14,45
Fresón Otras Variedades	3,95
Granada Otras Variedades	3,15
Guayaba/o Otras Variedades	2,95
Higo Chumbo	1,25
Breva Colar	4,20
Verdal	5,20
Kiwi Kivigold	4,51
Pulpa Verde	2,88
Limón Fino o Primafiori	1,08
Otras Variedades	0,95
Verna	0,95
Mandarina Clemenlate	2,55
Clemenule	2,55

Ortanique	2,55
Manga Kent	4,85
Mango Tommy Atkins	1,45
Manzanas Fuji	1,15
Golden	1,79
Granny Smith	1,80
Otras Variedades	1,65
Royal Gala	1,80
Starking o Similares	1,72
Melocotón Baby Gold, Amarillo	2,05
Merryl y Elegant Lady, Rojo	1,45
Otras Variedades	1,45
Melón Amarillo	1,14
Galia	1,70
Otras Variedades	1,90
Piel de Sapo y Similares	1,62
Naranja Lane Late	1,20
Navel Late	1,40
Navelina	1,20
Otras Variedades	1,25
Valencia Late	1,25
Nectarina Carne Amarilla	2,60
Carne Blanca	2,57
Nuez	5,00
Papaya Grupo Solo y Sunrise	0,95
Papayón (2-3 kg/ud)	0,95
Paraguayo Otras Variedades	2,18
Pera Conferencia	1,57
Limonera	1,45
Otras Variedades	1,50
Packam's	1,25
Piña Golden Sweet	3,50
Plátanos Canarias Primera	0,98
Canarias Segunda	0,71
Cogollo	1,05
Pomelo Amarillo	0,95
Sandía con Semilla	0,75
Sin Semilla	0,80
Uva Blanca, Otras Variedades	3,92
Negra, Otras Variedades	2,24
Frutas IV Gama	7,25
Resto de Frutas	0,95

HORTALIZAS	Euros/kg
Acelgas Hojas Rizadas, Lyon	1,45
Ajo Blanco	2,35
Morado	3,36
Tierno o Ajete	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	0,95
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	0,79
Berros	1,29
Boniato o Batata	1,94
Brócoli, Brecol o Brócoli	2,17
Calabacín Blanco	0,95
Verde	0,35
Calabaza de Invierno	0,91
De Verano	0,75
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,68
Morada	0,90

Recas y Similares	0,35
Cebolletas o Cebolla Tierna	1,15
Col China o Pekinensis	0,95
De Bruselas	3,95
Lombarda o Repollo Rojo	0,78
Repollo Hojas Rizadas	0,52
Coliflor	1,44
Escarolas Rizada o Frisée	0,97
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Roja	2,50
Verde	3,50
Haba Verde o Habichuela	3,00
Hinojo	2,45
Judía Verde Boby	2,36
Verde Otras Variedades	1,75
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,73
Maíz o Mollo	0,65
Nabo	0,75
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o tipo Holandés	0,75
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,30
Otras Variedades	0,85
Rojo Lamuyo	1,08
Verde Italiano	1,18
Verde Padrón	2,70
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	0,75
Liso Rojo Canario	1,12
Otras Variedades	0,35
Zanahoria o Carlota Nantesa	1,12
Jengibre	2,65
Ñame o Yame	2,95
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,55
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 22 al 28 de junio de 2020, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	1,66
Aguacate Fuerte	1,59
Hass	2,05
Otras Variedades	2,50
Albaricoque Bulida	1,86
Galta Roja	1,03
Mauricio	0,67
Moniquí	1,13
Otras Variedades	0,56
Breva Colar	8,06
Cereza Picota	5,99
Start Hardy Giant (Starking)	4,12
Ciruela	
Golden Japan y Songold, Amarilla	1,20
Otras Familia Black, Roja	1,47
Otras Variedades	1,60
Santa Rosa, Roja	1,07
Fresón Ventana	3,50
Kiwi Kivigold	5,20
Pulpa Verde	2,30
Lima Mejicana (ácida)	2,00
Otras Variedades	0,69
Limón Fino o Primafiori	0,40
Otras Variedades	0,92
Verna	0,77
Mandarina Otras Variedades	2,03
Mango Tommy Atkins	2,25
Manzanas Fuji	1,50
Golden	1,56
Granny Smith	0,98
Otras Variedades	2,97
Pink Lady	2,23

MERCADOS NACIONALES

Reineta.....	1,72
Royal Gala.....	1,74
Melocotón Baby Gold, Amarillo.....	1,77
Otras Variedades.....	1,84
Royal Glory, Rojo.....	1,44
Melón Amarillo.....	0,77
Otras Variedades.....	1,71
Piel de Sapo y Similares.....	0,96
Naranja Lane Late.....	0,96
Navel.....	0,86
Otras Variedades.....	1,42
Valencia Late.....	0,48
Nectarina Carne Amarilla.....	1,72
Carne Blanca.....	1,38
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	4,50
Paraguay Otras Variedades.....	1,77
Ufo 4.....	1,70
Pera Castells o San Juanera.....	0,85
Conferencia.....	1,23
Magallón.....	1,71
Otras Variedades.....	1,76
Piña Golden Sweet.....	0,47
Plátano Americano o Banana.....	0,69
Canarias 1ª.....	1,00
Canarias 2ª.....	0,71
Canarias Extra.....	1,22
Macho.....	0,98
Pomelo Amarillo.....	0,75
Rojo.....	1,63
Resto de Frutas.....	1,03
Sandía con Semillas.....	0,63
Otras Variedades.....	0,85
Sin Semillas.....	0,43
Uva Blanca Otras Variedades.....	3,75
Red Globe, Roja.....	2,37
Sin Semilla Negra.....	3,27
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga de Hojas Rizadas, Lyon.....	0,75
Otras Variedades.....	0,90
Ajo Blanco.....	3,50
Morado.....	2,97
Tierno o Ajete.....	3,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,97
Otras Variedades.....	3,20
Apio Verde.....	0,65
Berenjena Morada.....	0,85
Boniato o Batata.....	1,24
Brócoli o Brócoli o Brecol.....	2,18
Calabacín Otras Variedades.....	0,80
Verde.....	0,72
Calabaza de Invierno.....	0,82
De Verano.....	1,00
Otras Variedades.....	0,61
Cebolla Blanca Dulce Fuentes de Ebro..	1,09
Grano de Oro o Valenciana.....	0,35
Otras Variedades.....	0,51
Cebolleta Tierna.....	2,02
Chirivía.....	1,20
Col Hojas Lisas.....	0,50
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,25
Otras Variedades.....	0,51
Repollo Hojas Rizadas.....	0,70
Coliflor.....	0,88
Endivia.....	2,20
Espárrago Verde o Triguero.....	3,80
Espinaca.....	0,95
Guisante.....	2,40
Jengibre.....	1,80
Judía Verde Fina.....	3,10
Verde Perona.....	3,42
Lechuga Hoja de Roble.....	0,92
Iceberg.....	0,48
Otras Variedades.....	0,36
Romana.....	0,38
Nabo.....	1,10
Pepino Alpicoz.....	1,65
Corto o Tipo Español.....	0,97
Otras Variedades.....	0,50
Perejil.....	0,60
Pimiento Otras Variedades.....	1,13
Rojo California.....	0,89
Rojo Lamuyo.....	1,01
Verde Cristal (Tipo Italiano).....	1,00
Verde Italiano.....	1,41
Verde Padrón.....	1,96
Puerro.....	1,10
Remolacha Común o Roja.....	0,56
Seta Champiñón.....	1,85
Otras Variedades.....	2,28
Tomate Asurcado Verde Raf.....	1,75
Cherry.....	0,61
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta..	0,66
Liso Rojo Pera.....	0,68
Liso Rojo Rama.....	0,73
Liso Verde Mazarrón.....	0,91
Liso Verde Rambo.....	0,93
Muchamiel.....	1,41
Otras Variedades.....	0,60
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,25
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	0,61
Otras Variedades.....	0,60

PATATAS Euros/kg	
Blanca Otras Variedades (Confec.).....	0,41
Blanca Otras Variedades (Granel).....	0,41
Cerezas.....	0,33
Roja Otras Variedades (Confec.).....	0,41
Roja Otras Variedades (Granel).....	0,50

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 23 al 26 de junio de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Albaricoques.....	1,70
Cerezas.....	3,30
Fresones.....	0,90
Melocotones Rojos.....	1,20
Melón Piel de Sapo.....	1,20
Naranjas Valencia Late.....	1,05
Nectarinas.....	1,80
Pera Sanjuanera.....	2,20
Sandías.....	0,35
HORTALIZAS Euros/kg	
Berenjenas.....	0,90
Calabacines.....	0,50
Cebollas.....	0,30
Judías Verdes Perona.....	2,30
Lechugas.....	0,40
Patatas Calidad.....	0,35
PimientosVerdes.....	1,20
Tomates Verdes.....	0,90

Mercamurcia

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 15 de junio de 2020. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A. Precio frecuente. (Últimos precios recibidos).

FRUTAS Euros/kg	
Aguacate Fuerte.....	3,70
Hass.....	2,40
Otras Variedades.....	2,30
Albaricoque Galta Roja.....	1,50
Otras Variedades.....	1,65
Cereza Picota.....	2,50
Burlat.....	3,00
Otras Variedades.....	2,50
Ciruela Golden Japan y Songold.....	2,40
Otras Variedades.....	1,80
Coco en Seco (caja 10-14 p).....	0,85
Dátil Deglet Nour.....	3,25
Medjooul.....	7,00
Otras Variedades.....	3,00
Fresón Otras Variedades.....	3,75
Breva Colar.....	3,00
Kiwi Pulpa Verde.....	2,40
Otras Variedades.....	2,00
Lima Mejicana (ácida).....	2,40
Limón Verna.....	0,55
Mango Haden.....	1,80
Tommy Atkins.....	2,10
Otras Variedades.....	5,50
Manzanas Golden.....	0,95
Starking o similares.....	0,90
Granny Smith.....	1,20
Royal Gala.....	1,15
Fuji.....	1,20
Pink Lady.....	1,70
Melocotón Baby Gold, Amarillo.....	1,50
Royal Glory, Rojo.....	1,15
Otras Variedades.....	2,25
Melón Piel de Sapo (y similares).....	0,60
Galia.....	0,80
Naranja Valencia Late.....	0,80
Otras Variedades.....	0,90
Nectarina Otras Variedades.....	0,80
Nuez.....	3,50
Papaya Otras Variedades.....	1,00
Paraguay Otras Variedades.....	1,00
Pera Ercolini / Morettini.....	1,75
Conferencia.....	1,40
Piña Golden Sweet.....	0,70
Otras Variedades.....	0,65
Plátanos Canarias Extra.....	0,95
Canarias Primera.....	0,90
Canarias Segunda.....	0,80
Americano o Banana.....	0,70
Macho.....	0,95
Pomelo Rojo.....	0,90
Tamarindo.....	1,80
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga Hojas Lisas, Verde.....	0,55
Ajo Blanco.....	2,00
Tierno o Ajete.....	2,40
Morado.....	2,70
Otras Variedades.....	2,10
Alcachofa Blanca Tudela.....	1,25

Violeta.....	1,25
Otras Variedades.....	1,50
Apio Verde.....	0,50
Amarillento.....	0,55
Berenjena Morada.....	0,70
Otras Variedades.....	0,55
Boniato o Batata.....	0,80
Brócoli/Brecol.....	1,00
Calabacín Verde.....	1,10
Blanco.....	1,15
Calabaza de Verano.....	0,65
De Invierno.....	1,00
Otras Variedades.....	0,60
Cebolla Grano de Oro / Valenciana.....	0,35
Babosa.....	0,25
Morada.....	0,45
Blanca Dulce de Ebro.....	1,10
Tierna o Cebolleta.....	0,75
Chirivía.....	0,90
Col Repollo Hojas Rizadas.....	0,65
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,50
Coliflor.....	1,10
Endivia.....	2,00
Escarola Rizada o Frisée.....	1,80
Lisa.....	1,80
Espárrago Verde o Triguero.....	2,80
Espinaca.....	0,90
Judía Verde Fina.....	4,50
Verde Boby.....	3,80
Verde Perona.....	2,40
Lechuga Romana.....	0,45
Iceberg.....	0,50
Cogollo.....	0,70
Hoja de Roble.....	1,45
Lollo Rosso.....	1,45
Otras Variedades.....	0,30
Nabo.....	0,90
Pepino Corto o Español.....	0,95
Perejil.....	0,75
Pimiento Verde Italiano.....	0,90
Rojo Lamuyo.....	0,80
Verde Padrón.....	1,50
Puerro.....	0,80
Rábano y Rabanilla.....	1,40
Remolacha Común o Roja.....	0,55
Seta Champiñón.....	1,80
Girgola o Chopo.....	2,90
Tomate Liso / Daniela/Long Life /	
Royesta.....	0,70
Rojo Rama.....	0,65
Rojo Pera.....	0,80
Cherry.....	1,15
Liso Verde Rambo.....	0,80
Liso Rojo Canario.....	0,70
Verde Mazarrón.....	0,80
Asurcado Verde Raf.....	1,75
Kumato.....	1,75
Muchamiel.....	1,25
Otras Variedades.....	0,65
Zanahoria o Carlota en Rama.....	0,65
Carlota Nantesa.....	0,45
Jengibre.....	2,40
Ñame o Yame.....	1,10
Tamarillo Otras Variedades.....	2,20
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,15
Hortalizas IV Gama.....	3,40
PATATAS Euros/kg	
Nuevas.....	0,40
Blanca Spunta (Granel).....	0,40
Roja Otras Variedades (Granel).....	0,40
Granel: Saco industrial Úbeda o malla Rachel (s/ciente) de 15, 20 ó 25 kg. Envase retornable. Confeccionada: Lavada y embolsada en distintos formatos.	

Mercasevilla

Información de precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 23 al 26 de junio de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Albaricoques.....	1,50-1,30
Cerezas.....	3,35-3,85
Fresones.....	2,35-2,70
Melocotones Rojos.....	1,00
Melón Piel de Sapo.....	1,20-0,85
Naranjas Valencia Late.....	0,95-1,00
Nectarinas.....	1,20-1,40
Nísperos.....	2,50
Pera Sanjuanera.....	3,00-2,55
Sandías.....	0,55-0,50
HORTALIZAS Euros/kg	
Berenjenas.....	0,65-0,70
Calabacines.....	0,50-0,55
Cebollas.....	0,30-0,29
Judías Verdes Perona.....	1,60
Lechugas.....	0,47-0,48
Patatas Calidad.....	0,36-0,33
Primor.....	0,70
Pimientos Verdes.....	0,80-0,90

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 15 al 21 de junio 2020. Precios origen. Semana 25/2020.

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: 0,45-0,55 €/Kg. Valor medio: 0,50 €/Kg.

Recta final de la campaña, sin actividad en campo con contadas operaciones y cotizaciones ajustadas a la realidad de la situación de antesala al fin de campaña de **Vernas**. En paralelo, buena cosecha de **Verdelli** para los meses de verano. El **limón Verna** seguirá buscando su espacio en el mes de junio con el segmento de clientes que siguen con la línea de aprovisionamiento de **limón español**. Por su parte, la industria de transformación mantiene una actividad de fin de campaña con ajuste de precios y fruta con bajo rendimiento de procesado.

POMELO

Con una demanda global moderada, el mercado europeo del **pomelo** se mantiene estable. Las llegadas a **Europa** se mantienen estables en niveles todavía por encima de la media. Sin embargo, la demanda se mantiene en calma en la mayoría de los mercados europeos debido a la creciente oferta de frutas de temporada más baratas.

Tomates Maduros.....	0,65-0,85
Verdes.....	0,80-1,05

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 22 al 28 de junio del 2020, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife, Mercatenerife.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacates Furtos (local).....	2,50
Hass (local).....	3,50
Albaricoques (no local).....	1,50
(local).....	2,00
Brevas (local).....	2,50
Cerezas (no local).....	4,30
Ciruelas Reina Claudia (local).....	2,30
Moradas (no local).....	1,80
Moradas (local).....	2,00
Amarillas (no local).....	1,80
Amarillas (local).....	1,80
Cocos (no local).....	1,30
Fresones (no local).....	3,50
(local).....	4,00
Guanábana (local).....	9,00
Higos Blancos (local).....	3,00
Negros (local).....	2,00
Limón Otros (local).....	1,10
Primofiori (no local).....	1,20
Manzanas Otras (local).....	2,00
Golden (no local).....	1,40
Granny Smith (no local).....	1,80
Red Chief (no local).....	1,70
Royal Gala (no local).....	1,60
Fuji (no local).....	1,90
Melocotones Rojos (no local).....	1,50
Amarillos (no local).....	1,10
Melones Piel de Sapo (no local).....	1,30
Piel de Sapo (local).....	1,20
Galia (local).....	1,00
Naranjas Valencia Late (no local).....	1,20
Zumo Pequeña (local).....	0,90
Extra Grande (local).....	1,00
Nectarinas (no local).....	1,50
Nísperos (local).....	1,30
Paraguayos (no local).....	1,50
Peras Castell (no local).....	2,00
San Juan (local).....	2,00
Conference (no local).....	1,60
Lima (local).....	2,30
Piña Tropical (local).....	2,40
Tropical Dulce (local).....	2,40
Plátanos Extra (local).....	1,10
Primera (local).....	0,80
Segunda (local).....	0,60
Pomelos (no local).....	1,95
(local).....	1,20
Sandías (no local).....	0,80
(local).....	0,90
Sin Pepitas (local).....	1,00
Uva Blanca (no local).....	2,00
Blanca (local).....	2,90
Negra (local).....	3,00
Red Globe (no local).....	2,30
Papaya Hawaiana (local).....	0,80
Cubana (local).....	0,60
Hibrida (local).....	0,60
Guayabos (local).....	3,50
Mangos (local).....	2,50
Mangas (no local).....	3,50
(local).....	4,00
Kiwi (no local).....	2,50

Kiwano (local).....	1,70
Duraznos Grandes (local).....	2,50
Pequeños (local).....	1,50
Frambuesas (no local).....	13,00
Higos Picos (local).....	3,50
Parchita (local).....	4,00
Moras (no local).....	16,00
(local).....	16,00
Pitaya Roja (local).....	7,00
Carambolas (local).....	5,50
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelgas (local).....	0,60
Ajos País (local).....	4,00
Ajos (no local).....	3,10
Albahaca (local).....	7,50
Alcachofas (no local).....	2,00
Apio (no local).....	1,20
(local).....	1,60
Berenjenas Moradas (no local).....	0,60
Moradas (local).....	0,60
Bubangos (local).....	1,30
Calabacines (local).....	0,50
Redondos (local).....	0,70
Zucchini (no local).....	0,90
Zucchini (local).....	0,80
Calabazas (local).....	0,70
Cebollas Cebolletas (local).....	2,00
Blancas (no local).....	0,40
Blancas (local).....	0,80
Moradas (local).....	0,80
Coles Repollo (local).....	0,50
Lombardas (local).....	0,60
Coliflor (no local).....	1,20
(local).....	1,20
Champiñón (no local).....	2,10
Endivias (no local).....	2,60
Escarolas (local).....	0,70
Espárragos Trigueros (no local).....	3,50
Espinacas (local).....	2,90
Habas Verdes (local).....	2,30
Habichuelas Redondas Boby (local).....	1,50
Coco Planas (local).....	1,50
Lechugas Batavia (local).....	0,80
Romanas Alargadas (local).....	2,10
Iceberg (local).....	1,20
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 (no local).....	1,00
(local).....	1,20
Perejil (local).....	2,60
Pimientos Verdes (no local).....	0,80
Verde (local).....	0,90
Rojos (no local).....	1,40
Rojos (local).....	0,90
Padrón (local).....	2,50
Amarillos (local).....	1,60
Puerros (local).....	1,00
Rabanillas (local).....	1,00
Rábanos (local).....	1,12
Romero (local).....	15,00
Rúcula (local).....	4,80
Setas (no local).....	5,00
(local).....	7,00
Tomates Pera (no local).....	1,30
Pera (local).....	1,30
Salsa (local).....	0,60
Ensalada (no local).....	1,80
Ensalada (local).....	1,20

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 25, del 16 al 22 de junio de 2020, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>		
Satsumas Clausellina / Okitsu	0,26-0,38	Alicante
Clausellina / Okitsu	0,17-0,25	L. Valencia
Iwasaki	0,31	Alicante
Owari	0,24-0,33	Alicante
Clementinas Arrufatina	0,33-0,40	Alicante
Arrufatina	0,28-0,36	L. Valencia
Clemenules	0,24-0,31	Alicante
Clemenules	0,23-0,32	L. Valencia
Marisol	0,33-0,38	Alicante
Marisol	0,25-0,38	Valencia
Marisol	0,23-0,36	L. Valencia
Mandarinas Clemenvilla	0,28-0,35	Alicante
Clemenvilla	0,25-0,34	L. Valencia
Naranjas Navelina	0,24-0,26	Alicante
Navelina	0,17-0,25	Valencia
Navelina	0,19-0,25	L. Valencia
Limón Verna	0,40-0,55	Alicante
FRUTAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Otros Albaricoques	0,80	Alicante
Cereza Starking	1,60-3,09	Alicante
Ciruella Tipo Black	0,60-0,65	Valencia
Higo Breva	2,09-2,25	Alicante
Melocotón Paraguayo	0,43	Valencia

HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,45-0,50	Alicante
Ajo Puerro	0,55-0,60	Castellón
Apio Verde	0,16-0,36	Alicante
Berenjena Negra	0,50	Valencia
Rayada	0,34-0,60	Alicante
Rayada	0,60-0,64	Castellón
Rayada	0,70-0,79	Valencia
Boniato Rojo	0,68-0,70	Alicante
Calabacín	0,27-0,43	Alicante
	0,40-0,55	Castellón
	0,30-0,53	Valencia
Blanco	0,34-0,54	Castellón
Calabaza Tipo Cacahuete	0,36-0,60	Alicante
Cebolla Babosa	0,25-0,30	Alicante
Babosa	0,23-0,30	Castellón
Tierna (manejo 3 uds.)	0,46-0,52	Alicante
Tierna (manejo 3 uds.)	0,40	Castellón
Col Lombarda	0,20-0,25	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,07-0,18	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,22-0,28	Castellón
Coliflor Blanca	0,50-1,70	Castellón
Judías Blancas	2,55-3,50	Castellón
Rojas	1,91-2,55	Castellón
Rojas	1,98-2,20	Valencia

Verdes Perona	1,50-2,76	Castellón
Lechuga Maravilla	0,25-0,43	Castellón
Romana	0,25-0,29	Castellón
Trocadero	0,47	Castellón
Patata Blanca	0,09-0,39	Alicante
Blanca	0,12-0,34	Castellón
Roja	0,12-0,23	Castellón
Pepino Blanco	0,43-0,65	Alicante
Blanco	0,55-0,77	Castellón
Negret	0,35-0,77	Castellón
Pimiento		
California Amarillo	0,45	Alicante
California Rojo	0,50-0,67	Alicante
California Verde	0,45-0,54	Alicante
Dulce Italia	0,56-0,86	Alicante
Dulce Italia	0,50-1,06	Castellón
Dulce Italia	0,70	Valencia
Industria	0,07-0,35	Alicante
Lamuyo Rojo	0,30-0,86	Alicante
Lamuyo Rojo	1,40-1,50	Castellón
Lamuyo Verde	0,20-0,89	Alicante
Tomate Acostillado	0,69-1,91	Alicante
Daniela	0,34-0,69	Alicante
Daniela	0,40-0,45	Castellón
Pera	0,43-0,60	Alicante
Pera	0,60-1,02	Castellón

Pera	0,50-0,79	Valencia
Redondo Liso	0,52-0,86	Alicante
Redondo Liso	0,60-1,15	Castellón
Redondo Liso	0,62-1,10	Valencia
Valenciano	1,25-2,13	Castellón
Valenciano	1,50-1,76	Valencia
Zanahoria	0,16	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	3,36-3,46	Alicante
Comuna	3,25-3,50	Castellón
Largueta	3,61-3,71	Alicante
Marcona	4,91-5,01	Alicante
Marcona	4,75-4,90	Castellón
Planeta	3,36-3,46	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada almacén. Cotización más frecuente)</i>		
Aceite Oliva Lampante >2°	1,55	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	1,85-2,00	Castellón
Oliva Virgen Extra	2,10-2,30	Castellón
Garrofa Entera	0,59-0,71	Castellón
Miel Azahar	3,00-3,40	Castellón
Milflores	2,50-2,65	Castellón
Romero	3,00-3,40	Castellón

Cherry (no local)	3,50
Cherry (local)	2,20
Tamarillo (local)	2,20
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (local)	0,70
Primera (local)	1,10
Batatas Otras (local)	1,60
De Lanzarote (no local)	1,60
Yema Huevo (local)	2,00
Blancas (local)	1,90
Laurel (local)	7,00
Pimientas Otras (local)	2,80
Palmeras Secas (local)	23,00
Palmera (local)	6,00
Berros (local)	1,80
Arvejas (local)	4,00
Beterrada (local)	1,20
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	3,20
Maíz Cocido (no local)	2,20
Piña Mollo Dulce (local)	2,10
Ñames (local)	5,50
Yuca (no local)	1,70
Pantanas (local)	1,20
Piña de Mollo (local)	2,10
Brecol (local)	1,80
Hierba Huerto (local)	4,50
PATATAS	Euros/kg
Papas Otras Blancas (local)	0,90
Up to Date (local)	1,10
King Edward (local)	1,20
Cara (local)	0,65
Rosada (local)	1,30
Negra (local)	3,90
Spunta (local)	0,90
Negra Oro (local)	3,50
Slaney (local)	0,85
Red-Cara / Druid (no local)	0,85
Red-Cara / Druid (local)	0,65
Colorada Baga (local)	3,50
Galáctica (local)	0,80
Rooster (local)	1,00

Mercavalencia

Información de precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 23 al 26 de junio de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,00-1,75
Cerezas	3,00
Fresones	3,25
Melocotones Rojos	0,75-0,90
Melón Piel de Sapo	1,25-0,90
Naranjas Valencia Late	1,00
Nectarinas	1,25
Nísperos	1,75
Pera Sanjuanera	2,25-1,50
Sandías	0,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas	0,70
Calabacines	0,55-0,50
Cebollas	0,30
Judías Verdes Perona	2,25-3,00
Lechugas	0,30
Patatas Calidad	0,25
Primor	0,30-0,35

Pimientos Verdes	0,95-0,80
Tomates Maduros	0,40-0,50
Verdes	0,80-0,75

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 26 de junio de 2020, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.)	1,25
Coco	0,80
Granada	0,72
Kiwi	1,25
Limón	0,85
Manzana Royal Gala	0,85
Golden	0,60
Melón Galia	0,90
Melocotón	1,20
Nectarina	0,85
Naranja	0,95
Pera	0,65
Conferencia	0,75
Piña	1,10
Plátano de Canarias	0,95
Papaya	1,55
Pomelo	0,65
VERDURAS Y HORTALIZAS	Euros/kg
Boniato Rojo	1,30
Boniato	0,85
Calabacín	1,55
Cebolla Blanca	1,60
Dulce	0,82
Cogollos	0,70
Guindilla	1,35
Jengibre	2,70
Judía	1,50
Espárrago	1,10
Patata	0,42
Nueva	0,49
Pimiento Verde Italiano	0,80
Padrón	2,40
Remolacha	0,50
Tomate Daniela	0,70
Pera	0,85
MM Raf	0,70
OTROS	Euros/kg
Almendra	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California	1,40

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 25 de junio de 2020. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa rama campo 1ª	158,00
Rama campo 2ª	122,00
AVENA	
Avena Blanca	148,00
Rubia	151,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada Pienso -62 kg/hl	137,00
Pienso +62 kg/hl	142,00
CENTENO	
Centeno	158,00
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	173,00

TRIGO NACIONAL	Euros/Tm
Trigo Duro Proté=13%	237,00
Duro Proté=12%	232,00
Extensible Chamorro	205,00
Forrajero	177,00
Gran Fuerza w 300	204,00
Media Fuerza w -300	193,00
Panificable	180,00
Triticales	166,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	201,00
Yero Grano	186,00

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 23 de junio 2020. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	185,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	163,00
CENTENO	165,00
Centeno	165,00
COLZA	
Importación 34/36%	243,00
GARROFA	
Harina	215,00
Troceada	225,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	178,00
GIRASOL	
Girasol Importación 34%	215,00
Semillas de Girasol	345,00
Torta de Girasol	226,00
MAÍZ	
Importación	173,00
Importación CE	181,00
MUJO	
Importación	475,00
SOJA	
Harina Soja Import. 47%	318,00
Harina Soja Nacional 47%	320,00
Salvados de Soja	154,00
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	160,00
Forrajero	191,00
Panificable, min. 11	195,00

FRUTOS SECOS	Euros/Tm
ALMENDRAS	
Común 14 mm.	5.950,00
Largueta 12/13 mm.	6.000,00
Largueta 13/14 mm.	6.500,00
Marcona 14/16 mm.	8.400,00
Marcona 16 mm.	8.700,00
AVELLANAS	
Negreta, en grano	6.500,00
PIÑÓN	
Castilla	71.000,00
Cataluña	70.500,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
ALUBIAS	
Importación Michigan	1.200,00
Pinta Bañeza	1.500,00
Planchet Bañeza	2.520,00
Carillas	1.285,00
GARBANZO	

Import. Méjico	1.550,00
Import. Méjico	1.300,00
Import. Méjico	1.195,00
Import. USA	1.150,00
Import. USA	1.020,00
LENTEJAS	
La Mancha 6/7 mm	935,00
Import. USA Par.	970,00
Import. USA Reg.	845,00
Salamanca Gigant	1.197,00
GUISANTE	
Forrajero	220,00
ACEITE	
Crudo Palma	615,00

Lonja de Binefar

Información de precios orientativos de los cereales, acordados como más representativos, referidos al 24 de junio de 2020. Sobre camión destino fábrica, posición Binefar.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz	179,00
Cebada 64 kg/hl	157,00
Trigo Pienso	186,00
Panificable	195,00
ALFALFA	Euros/Tm
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 zona

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios del día 25 de junio de 2020. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo TD1	249,00
Grupo TD2	244,00
Grupo TD3	239,00
Grupo TD4	234,00
TRIGO BLANDO	
Grupo TB3	177,00
Grupo TB4	174,00
Grupo TB5	174,00
OTROS PRODUCTOS	
Triticale	168,00
Cebada	142,00
Avena	142,00
Maíz	174,00
Habas	234,00
Colza 9-2-42	312,00
Guisantes	211,00

Anexo de cotizaciones de Trigos Duros afectados con GMF (Germinados, Maculados y Fusariados). Precios orientativos, origen Córdoba, agricultor, del 25 de junio de 2020.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO (Maculados GMF 10)	
Grupo 1	239,00
Grupo 2	234,00
Grupo 3	229,00
Grupo 4	224,00
TRIGO DURO (Maculados GMF 15)	
Grupo 1	234,00

Grupo 2	229,00
Grupo 3	224,00
Grupo 4	219,00
TRIGO DURO (Maculados GMF 20)	
Grupo 1	229,00
Grupo 2	

MERCADOS NACIONALES

Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 22 de junio de 2020, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz (14°)	171,00
FORRAJES	Euros/Tm
Avena (Forraje)	68,00
Alfalfa Empacada	154,00
Veza (Henificada)	96,00

Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 25 de junio de 2020. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa Empacada	150,00
Avena	140,00
Cebada Nacional de 62 Kg/Hl	140,00
Colza	300,00
Paja Empacada	36,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 23 de junio de 2020. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 3	183,00-185,00
Grupo 4	181,00-183,00
Grupo 5, Pienso	179,00-181,00
Triticale Nacional	175,00-177,00
Avena Nacional	155,00
Cebada, Igual y más de 64	148,00-150,00
Menos de 64	146,00-148,00
Maíz Nacional	185,00
Importación, origen puerto	173,00
Habas Nacional	239,00-241,00
Guisantes Nacional	217,00-219,00

NOTA: En esta campaña se están presentando problemas de GMF (Germinado, Maculado y Fusariado) en los trigos, que podrán afectar a la calidad y a su cotización. Próxima sesión: 30 de junio de 2020.

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 26 de junio de 2020. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2019-2020).

CEREALES	Euros/Tm
Maíz Secadero	177,00
Cebada Pienso +62 kg/Hl	144,00
Pienso -62 kg/Hl	138,00
Avena	152,00
Rubia	148,00
Trigo Pienso +72 Kg/Hl	173,00
Panificable Pr>11, W<200	180,00
Triticale	162,00
Veza	203,00
Guisante	192,00

NOTA: Pocas operaciones en el mercado siendo destinadas a la reposición. La oferta de cereal es abundante si bien los productores tienden a retener la mercancía a la espera de acontecimientos según avanza la cosecha. Próxima reunión, el viernes 3 de julio de 2020.

Lonja de Tortosa

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

CEREALES	Euros/Tm
Avena	224,00
Cebada	198,00
Sorgo Importación	214,00
Trigo	230,00
Maíz Nacional	202,00
Importación	200,00
Alfalfa	216,00

ARROCES	Euros/Kg
Blanco "Bahía" Extra	0,640
Con cáscara "Bahía"	s/c
Medianos de arroz corrientes	0,300
Medianos de arroz grandes	0,330

COMBUSTIBLES	Euros/Kg
Cáscara de almendra, sin rectificar	0,07
ACEITES	Euros/Tm
Oliva Virgen Extra	2.150,00-2.200,00
Oliva Virgen	1.800,00
Oliva Lampantes	1.550,00
Refinado de Oliva	1.700,00
Refinado de Girasol	780,00-800,00

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 15 al 22 de junio de 2020.

CEREALES

■ **De invierno:** **Almería:** En la comarca de **Almanzora** ya se están recolectando las parcelas. En **Los Vélez**, ha comenzado la recolección de las **cebadas** y centenos más tempranos. **Cádiz:** Plena recolección de **cereales** en la zona de **Villamartin** con problemas puntuales de granos germinados, maculados y con fusarium. Las variedades empleadas en la zona son: en **trigo duro** de **ciclo corto medio**, la **Aventador** de la que se obtienen rendimientos de 4.800-5.100 kg/ha. En **trigo blando**, la **Tocayo** presenta una producción de unos 4.000-4.400 kg/ha. **Córdoba:** La subida de las temperaturas ha permitido aumentar el ritmo de recolección de los **cereales de invierno**, que ya se encuentra por encima del 50%. En el **trigo duro**, principal cereal cultivado en **La Campiña**, los rendimientos obtenidos son mejores de lo esperado tras un año seco, aunque en algunos casos, sobre todo en los **trigos tempranos**, está habiendo problemas de granos maculados, germinados o con fusarium. La **quinoa** se encuentra en fase BBCH 70-79 "Formación del fruto", muy adelantada observándose parcelas en fase de grano maduro. Las estimaciones de rendimientos se sitúan entre los 3.000-4.000 kg/ha en regadío y los 1.400-1.600 kg/ha en secano. **Granada:** Se ha reanudado la cosecha de **cereal** que se encontraba paralizada por el exceso de humedad. Las producciones están siendo inferiores a las esperadas. Las **cebadas** presentan bastante más calidad que los **trigos**. **Huelva:** La campaña está finalizando en la provincia. En **trigo blando** se obtienen producciones en torno a 3.600-4.000 kg/ha. En la comarca **Condado Campiña** algunas de las variedades de **trigo blando** utilizadas son: **Arthur Nick, Conil, Tujena, Tejada y Acorazado**. En los **triticales** se obtienen producciones de unos 3.800-3.900 kg/ha en la variedad **Bondadoso**. **Jaén:** A medida que va avanzando la recolección de los **cereales** se van obteniendo nuevos datos. El **trigo blando Nudel**, está dando rendimientos de 4.400-4.600 kg/ha. La **avena Hummer** está ofreciendo producciones de 2.400-2.600 kg/ha. Los **triticales** variedad **Trujillo** en **la Campiña Norte**, al meter la cosechadora, han dado bajos rendimientos en torno a los 1.500 kg/ha. **Málaga:** En la comarca de **Antequera** sigue la recolección en la zona de **Antequera, Fuente de Piedra, Humilladero, Molina y Sierra de Yeguas**, sin embargo, en zonas como **Colmenar, Casabermeja, Alfarnate, Alfarnatejo** comenzarán la semana que viene, encontrándose los **cereales** en fase de maduración de granos. Se presentan **trigos** con problemas de "maculado" que afecta a la calidad y sobre todo a la proteína de los mismos. **Sevilla:** Gracias a las lluvias de primavera, sigue avanzando la recolección de **cereales de invierno** en la provincia. Con la subida de temperaturas, se estima que se habrá recogido un 80% de la superficie, con buenos rendimientos y calidad variable, según la fecha de siembra. ■ **De primavera:** **Granada:** En **La Vega** de **Granada**, el cultivo de **maíz** se está desarrollando correctamente debido a las altas temperaturas de las últimas semanas. No tardarán en comenzar los primeros riegos. **Sevilla:** La campaña de siembra del **arroz**, que este año se está desarrollando con un significativo retraso y casi íntegramente en el mes de junio, se encuentra prácticamente finalizada con una superficie total en torno a 36.000 has. en **La Marisma**. Los estadios fenológicos dominantes son BBCH:1-9 "Germinación" y el BBCH:10-11 "Desarrollo de las primeras hojas". El estado fenológico dominante del **maíz** es BBCH 67-69 (Estigmas secándose), con un gran desarrollo vegetativo. Se aplican riegos.

LEGUMINOSAS

Cádiz: Los **garbanzos** presentan el estado fenológico predominante BBCH 77-79 "Vainas con tamaño típico". Las parcelas más avanzadas están en BBCH 81-83 "Maduración de frutos y semillas". Las más tardías están engordando los frutos. En la zona se dan tanto los **garbanzos Pedrosillanos** como **Blanco Lechoso**. **Córdoba:** Los **garbanzos** del tipo **Pedrosillano** se encuentran con las vainas en formación y los frutos engordando. Presentan una altura de unos 20-30 cm. Durante su desarrollo ha habido problemas de rabia teniendo que dar, en algunos casos, hasta 4 tratamientos. **Jaén:** Se recolectan parcelas de **habas** y **guisantes** con rendimientos medio-bajos y cotizaciones bajas. Los **garbanzos** de la comarca **La Loma** están en fase de engorde de frutos los más adelantados y de final de floración-cuaje para las parcelas más tardías.

TUBÉRCULOS PARA CONSUMO HUMANO

Granada: En **La Vega** de **Granada**, el cultivo de **patata** se desarrolla correctamente. Algunos productores han comenzado a arrancar con producciones de unos 1.800-2.000 kg/ha. **Sevilla:** Se inicia esta semana la cosecha de la **patata de media estación** que, en la provincia se solapa con la **patata temprana**. Este año se encuentra retrasada en buena medida por la incidencia de las lluvias de abril y mayo lo cual ha concentrado las fechas de recolección en el último tramo de la campaña y está causando una bajada importante de la cotización del producto en su recta final.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** En los invernaderos de **Nijar**, los **tomates** están acabando su ciclo, por lo que muchos cultivos en invernadero no se están tratando, o se están sacando las matas con el consiguiente riesgo de expansión de plagas, sobre todo Tuta, que sigue siendo la más presente de todas. Cultivos de **sandía** y **calabacín** también están acabando. En el **Poniente Almeriense** quedan en producción algunos invernaderos de **pimiento**, sobre todo del tipo **Italiano**. El resto de los invernaderos está solarizando y preparando el suelo. Continúan las plantaciones del tipo **California** en las zonas de **Dalias, Berja y Adra**, con los invernaderos blanqueados. Quedan plantaciones de **tomates** para el mercado nacional. En el resto se están limpiendo los invernaderos y desinfectando el suelo con solarización. Las pocas plantaciones de **berenjenas** en cultivo se mantienen con las cubiertas blanqueadas y ventilando bien los invernaderos. Quedan muy pocos invernaderos de **pepinos** en cultivo. Las plantaciones de **calabacines** de primavera están en plena recolección. El resto están ya arrancadas. Prácticamente ha terminado la recolección de **sandías**. Quedan pocas plantaciones de **melones** por recolectar de los tipos **Amarillo, Piel de Sapo y Galia**. En los semilleros, siguen incrementándose las siembras de **pimientos California**. **Huelva:** En la comarca de **La Costa**, zona de **Cartaya** una de las variedades más empleadas de **fresa** en la zona ha sido la **Fortuna**, hay fincas cuya producción ha sido muy baja con 450-500 gramos por planta. El año climatológicamente no ha sido bueno, mucha lluvia y humedad con mermas bastante significativas de la producción final. El Covid aumentó los costes de producción. En los **arándanos**, con la campaña finalizando, aún quedan algunas parcelas de variedades como la **Ventura, Susi Blue, Star**. Ha finalizado la **SnowChaser** y está en mitad de campaña la **Cameilia**. Las producciones medias de **SnowChaser** han oscilado entre las 10-12 tn/ha y para **Ventura** en torno a 11-12 tn/ha. Las producciones en los últimos días están bajando respecto al principio de campaña. **Granada:** En **La Costa**, las plantaciones de **pimientos** se desarrollan con normalidad. En la zona de **Motril**, se está terminando la recolección de **sandía** a excepción de una pequeña parte de productores. En **Motril y Albuñol** se recolectan los restos de **judía**. ■ **Al aire libre:** **Almería:** En **Los Vélez**, se produce el desarrollo normal de **lechugas** y **brócoli**. En las zonas más adelantadas se han cosechado las primeras **lechugas** y **coles**. Se está recolectando **apio**. En la comarca del **Bajo Almanzora**, zona de **Cuevas de Almanzora**, hay parcelas de **sandía** del tipo **Blanca sin semillas** de la variedad **Red Jasper**, entre otras. El fruto está engordando para darle una segunda corta. La primera tuvo un rendimiento por hectárea de unos 48.000 kilos y para la segunda se estima que se puedan recolectar hasta 30.000 kilos por hectárea. Se realizan abonados con nitrato potásico, nitrato cálcico y ácido nítrico. Los **calabacines** plantados en la comarca del **Bajo Almanzora** sobre el 10 de febrero se encuentran en recolección. Una de las variedades más empleadas es la **Victoria**, con una densidad de unas 3.000 plantas por hectárea. En las parcelas se está abonando con nitrato potásico, nitrato cálcico y ácido nítrico. Los datos de producción arrojan unos 5-7 kilos por planta. **Córdoba:** La campaña de la **cebolla** se inició con las siembras a finales de septiembre y primeros de octubre y la recolección comenzó con las más tempranas a mediados de abril y finalizará sobre el 15 de agosto con los tipos **grano** y **medio grano**. Los rendimientos obtenidos para la **Babosa** son de 40-45 tm/ha y los calibres que han predominado han sido entre 60-100 (a partir de 90 ya se considera un tamaño grande). Este año la comercialización está siendo difícil ya que las cotizaciones no han sido buenas, y además ha perdido mucha calidad en el campo por las condiciones meteorológicas de la primavera. **Granada:** En la zona de **La Vega**, el cultivo de **ajo Castellano** está comenzando a recolectarse, aunque de manera tímida. En la zona de **Zafarraya** la recolección de **alcachofa** se encuentra con unas producciones medias de 10.000 kg/ha. En la zona de **La Vega de Granada**, en el cultivo de **cebolla Babosa** se prevé que comience

la cosecha en unos 15 días. En la comarca de **Alhama**, el cultivo de **lechuga** está teniendo unas producciones de 50 mil piezas/ha. Algunos productores están sufriendo problemas con el pulgón. **Jaén:** La recolección del **espárrago verde** en la comarca de **Sierra Mágina** finalizó hace unos días. Se le aplican riegos cortos en dotación, pero frecuentes hasta el mes de agosto. Se están quitando plásticos y deshaciendo caballones entre otras labores. Los rendimientos han sido de unos 4.900-5.100 kg/ha. El producto en fresco se ha vendido todo y queda lo elaborado en almacén, enlatado y en frascos, cuya venta está ralentizada debido a la progresiva puesta en marcha del canal Horeca. En la comarca de **Alcalá la Real**, la campaña ha sido muy buena, con precios un 20% superiores al año pasado, con exportaciones a la **Unión Europea**. **Sevilla:** Inicio de la recolección manual de **mazorcas** en grano pastoso del **maíz dulce**. Maduración y recolección de las **cebollas**. Se está rematando la recolección de **ajos**. Maduración y cosecha en los matos de **melones** y **sandías**.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Almería:** En la comarca de **Vélez-Rubio**, municipio de **Chirivel** se observan parcelas de **almendro** de nueva plantación, entre otras, de las variedades **Constanti, Lauranne, Marinada y Belona**. La edad de las mismas suele oscilar entre los 5-6 años y se plantan con dos marcos habituales: 6x5 y 7x7. En las fincas, el fruto se encuentra engordando y los **almendros** están bien cargados; la perspectiva de campaña es buena. En las parcelas con riego se está aplicando potasa por fertirrigación para endurecer la cáscara y engordar el fruto. **Córdoba:** Los **almendros** de las comarcas de **Las Colonias** y **La Campiña** y **Vega** se encuentran en fase de engorde del fruto. Las variedades más precoces comenzarán su recolección en el mes de agosto. Este año la floración ha sido buena y el cuaje también por lo que se espera una buena cosecha. En las parcelas en regadío se está realizando fertirrigación, normalmente con abonos ternarios del tipo 8-10-15. **Málaga:** El estado fenológico predominante en los **almendros** es I "Fruto joven" y para los más adelantados J "Fruto desarrollado". En la zona de **Colmenar** y **Casabermeja** los **almendros** tienen muy poco fruto o están "limpios" debido a una granizada que cayó semanas atrás. Los árboles estaban muy cargados, incluso con ramas partidas que no podían con el peso de los frutos y la tormenta dejó sin producción muchas fincas de la zona. Todo esto unido a las bajas continuas del precio de la **almendra**, semana tras semana, sin explicación aparente. ■ **Frutales de hueso:** **Almería:** Concluye la recolección de las variedades tardías de **cerezas**, dando por finalizada la recolección. El estado dominante en **perales** y **manzanos** es engrosamiento de los frutos (J). **Granada:** En la zona de **Iznalloz** y **Guadix**, los productores de **cereza** estiman unas pérdidas mayores al 15% y en algunos casos superiores debido al rajado. En **Pinos Puente y Dilar** el cultivo de **manzana** ha sufrido numerosos fallos de cuaje en la variedad **Gala**, que en comparación con anteriores campañas son mucho más elevados. **Jaén:** En los **cerezos**, la campaña de **Burlat** finalizó la semana pasada con producciones de 4.000-5.000 kg/ha para marcos 8x8m y 8.000-9.000 kg para marcos de plantación de 6x6 m. Se recolectan **cerezas** de la variedad **California** y **Picotas**. **Sevilla:** Finalizada la campaña de las **ciruelas** tempranas. ■ **Frutales subtropicales:** **Cádiz:** El estado fenológico predominante en los **aguacates** es H "Fruto cuajado" y para los más retrasados F "Final de floración". Estos días se ha producido un descarte natural de frutos debido al exceso de frutos cuajados y por el golpe de calor de los dos días de mayo. En las parcelas se está fertirrigando con aplicación de correctores como Boro y Zinc. Aún no se está aplicando nitrógeno. Se dan pases de cultivador para eliminar las malas hierbas, que han proliferado esta primavera lluviosa. Hay otras fincas a las que se les aplican herbicidas o bien desbroce manual con cortafijos. **Granada:** En **Motril**, el cultivo de **aguacate** se está desarrollando con total normalidad, encontrándose en fase de engorde. El cultivo de **chirimoya** se está desarrollando positivamente presentando estado de cuaje. En los **mangos**, continúa la fase de engorde. **Málaga:** Se observan parcelas de **aguacates** que están finalizando el cuaje. En otras, algunos frutos cuajados o bien finalizando la floración. Se realizan labores de eliminación de malas hierbas y aplicación de abonados complejos por fertirrigación. Se observan muchas parcelas de **mangos** en las que el cultivo lleva un retraso de 10 días respecto a una campaña normal, sobre todo en la zona de **Vélez-Málaga**. Las bajas temperaturas, la humedad y las lluvias de semanas anteriores han ralentizado su evolución. El cultivo precisa de temperaturas cálidas, sin llegar a ser excesivas, para un buen desarrollo. Se está abonando por fertirrigación con complejos del tipo 16% de nitrógeno, 52% de fósforo y 20% de potasio.

CÍTRICOS

Cádiz: Está finalizando la recolección de las **naranjas Valencia Late** en la comarca del **Campo de Gibraltar**. La campaña ha sido muy corta de kilos por la mala floración en abril del año pasado que se produjo una gran caída en los **naranjos** de la zona. Los rendimientos han oscilado entre los 33.000-36.000 kg/ha y ha predominado el calibre 5. En las fincas se están aplicando abonos nitrogenados por fertirrigación y aceites de verano contra el Piojo Rojo de California. **Málaga:** Prosigue la campaña de recolección del **limón Verna** en la comarca **Centro-Guadalupe**, zona de **Cártama**. Las producciones están siendo aceptables. Se aplican riegos, no muy abundantes, pero constantes. En junio se está aplicando un tratamiento con aceite parafínico contra el Piojo Rojo de California. **Sevilla:** El estado fenológico dominante en los **cítricos** es fruto al 40% de desarrollo (J). La campaña se presenta más adelantada que otros años debido probablemente a las elevadas temperaturas de febrero que adelantaron la floración. Se realizan tratamientos, riegos y abonados.

VIÑEDO

Almería: El estado fenológico dominante es el K "Grano tamaño guisante". En las zonas más frías G "Racimos separados". Sigue el desarrollo normal del cultivo. En la **uva de mesa**, el estado fenológico predominante es K "Grano tamaño guisante", para las más adelantadas L "Cerramiento del racimo" y los más tardíos "J "Cuajado". En la comarca del **Alto Andarax**, zona de **Ohanes** encontramos los **viñedos** de la zona con las **uvas** como "garbanzos" en fase de engorde y cerrando el racimo. Se está tratando con azufre en polvo para el control de enfermedades fúngicas, entre ellas el mildiu y el oidio. **Granada:** En la zona de **Guadix** y en **La Alpujarra**, el **viñedo** se desarrolla con normalidad. Se encuentran en los estados fenológicos J "Cuajado" y K "Grano tamaño guisante". Debido a las lluvias primaverales, existe mayor cantidad de malas hierbas y la necesidad de más aplicaciones preventivas para enfermedades fúngicas que en campañas anteriores.

OLIVAR

Almería: El estado fenológico predominante es el H "Endurecimiento del hueso". En las zonas más frías G2 "Fruto cuajado". En la comarca de **Vélez-Rubio**, zona de **Chirivel**, las parcelas de **olivar** se encuentran más retrasadas. Los estados fenológicos en estas zonas son "Fruto cuajado" y "Engorde del fruto". Las **aceitunas** están como guisantes y la carga de la arboleda es aceptable. Se le aplican para el cuaje correctores ricos en Boro y Molibdeno. **Córdoba:** El **olivar** se encuentra en estado fenológico dominante G2 "Fruto cuajado", iniciándose el H "Endurecimiento del hueso" en las comarcas más precoces, momento en el que se inicia el protocolo para la vigilancia y control de la mosca del olivo. Se observa una presencia elevada de ataques de la generación carpófaga del Prays en los **olivares** de la provincia. Continúan los tratamientos de control de malas hierbas mediante pases de cultivador entre las calles y la aplicación de herbicidas en los ruedos de los olivos. **Granada:** En **Iznalloz** y **Alhama**, los estados fenológicos del **olivar** son F "Floración" y G "Fruto cuajado", todos ellos varían en función de la variedad y la zona. Se prevé que en las próximas semanas se pueda observar el estado fenológico H "Endurecimiento del hueso". **Jaén:** El estado fenológico más retrasado es G1 "Caída de pétalos", el predominante G2 "Fruto cuajado engordando" y el más avanzado H "Endurecimiento del hueso". En la comarca de **Sierra Morena** y **Campiña Norte** el cultivo presenta, en las parcelas más tempranas, **olivares** con la **aceituna** en "Endurecimiento del hueso". Los aforos dan una buena cosecha a pesar de mucho descarte natural que ha habido por las condiciones climáticas cambiantes con lluvias, frío y golpes de calor, llevando un adelanto de 15 días. Quedan algunas parcelas por tratar de prays. Se realizan también aplicaciones foliares de potasa líquida y complejos ternarios del tipo 20-20-20. **Sevilla:** El **olivar** se encuentra en estado fenológico dominante H "Endurecimiento del hueso", con en torno a dos semanas de adelanto respecto a una campaña normal en nuestra provincia. El **olivar** presenta un buen cuaje en general y muestra un favorable estado vegetativo.

MERCADOS NACIONALES

Orojo de 10°.....	700,00
Orojo Refinado.....	980,00
Girasol Alto Oleico 80%.....	980,00
Oliva Virgen	
Extra Ecológico.....	2.800,00-3.000,00

Precios según calidades y procedencias, sobre almazara los aceites vírgenes de oliva; y sobre refinería Tortosa, los refinados.

Lonja de Valencia

Información de los precios de la Mesa de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 22 de junio de 2020. Campaña 2020-2021.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina, en árbol.....	0,212-0,282
SUBGRUPO BLANCAS	
Salustiana, casi sin operaciones.....	0,212-0,235
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
SUBGRUPO SATSUMAS	
Okitsu, pocas operaciones.....	0,188-0,282
SUBGRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós y Basol,	
pocas operaciones.....	0,353-0,470
Oronules, pocas operaciones.....	0,423-0,611
Marisol, en árbol.....	0,259-0,400
Mioro, pocas operaciones.....	0,235-0,329
Arrufatina, pocas operaciones.....	0,306-0,400
Clemenules y Orogrande,	
pocas operaciones.....	0,259-0,353
SUBGRUPO HIBRIDOS	
Clemenvilla,	
pocas operaciones.....	0,282-0,376

NOTA: Semana más tranquila en cuanto a compras.

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 25 de junio de 2020.

ARROCES	Euros/Tm
BLANCO	
Vaporizado, disp. Valencia.....	610,00-620,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disp. Valencia.....	630,00-650,00
Guadamar Extra,	
disp. Valencia.....	680,00-700,00
Largo Índica, disp. Valencia.....	590,00-600,00
Precios por tonelada a granel.	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro, disponible Valencia.....	175,00-180,00
Medianos Corrientes, Val.	300,00-310,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia.....	330,00-340,00
CEREALES-LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Maíz Importación,	

disponible Puerto Valencia.....	179,00
Semilla Algodón,	
destino Valencia.....	290,00-295,00
Trigo Pienso de Importación,	
disponible Puerto Valencia.....	190,00

Precios por tonelada a granel.

TURTOS Y HARINAS Euros/Tm

Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona.....	312,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona.....	322,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona.....	154,00
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia.....	120,00
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida.....	175,00-180,00
14% prot., Aragón/Lérida.....	155,00-160,00
B. Balas s/calidad A./Lér....	180,00-210,00
Harina Girasol Alta proteína (28%),	
disponible Andalucía.....	174,00-175,00
Harina Girasol Alta proteína (36%),	
disponible Tarragona.....	215,00-216,00
Gluten Feed,	
disponible Valencia.....	185,00-187,00
Bagazo de Maíz,	
disponible Valencia.....	219,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona.....	180,00-182,00
Import. disp. Andalucía.....	182,00-183,00
Pulpa Seca de Naranja,	
disponible Sagunto.....	171,00
Salvado de Trigo Cuartas, disp. Val.	168,00
Hojas, destino Valencia.....	225,00

Precios por tonelada a granel

GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm

Varietal Matalafera y similares	
(Sin existencias)	
Precios por tonelada a granel	
Garrofin, sin existencias	

LEGUMBRES Euros/Tm

Disponible origen	
ALUBIAS	
Redonda Manteca.....	2.100,00
Pintas Granberry.....	1.700,00
Canellini Argentina 170/100.....	1.400,00
Great Northern.....	1.100,00
Blackeyes.....	1.550,00
Negras.....	1.400,00
Garrofin.....	2.200,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46.....	1.600,00
Nuevos 34/36.....	1.950,00
Nuevos 50/52.....	1.500,00
LENTEJAS	
USA Regulares.....	1.250,00

Laird Canadá.....	1.150,00
Stone.....	850,00
Pardina Americana.....	1.050,00

Precios euros/t. en mercancía envasada.

FRUTOS SECOS Euros/Tm

CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11, disp. origen.....	2.000,00
Chino 11/13, disp. origen.....	1.900,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Origen Argentina 38/42	
disponible Valencia.....	1.800,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia.....	9.700,00
Largueta 13/14 mm, Valencia.....	8.500,00
Precios tonelada, en mercancía envasada.	
Marcona prop, Valencia.....	Sin operaciones
Largueta prop, Valencia.....	Sin operaciones
Comuna prop, Valencia.....	Sin operaciones
Comuna Ecológica, Valencia Sin operaciones	
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm,	
disponible Valencia.....	9.500,00
PATATAS Euros/Tm	
Agría Nueva, disponible Valencia.....	360,00
Lavada, origen España, disp. Val.	350,00
Nueva de Cartagena, disp. Val.	320,00
Nueva de Valencia, disp. origen.....	260,00
Precios según orígenes y calidades, envasada a 25 kgs.	
CEBOLLAS Euros/Tm	
Varietal Spring, disponible origen	
calibres 1 al 6, en campo.....	120,00-160,00

Generalitat Catalunya

Evolución semanal de precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas y hortalizas, del 22 al 28 de junio de 2020, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

FRUTAS Euros/Kg

Mercolleida (Semana 26)	
MANZANAS	
Golden I, 70 i +.....	0,43
PERAS	
Conferencia 60 i +.....	0,90
MELOCOTONES	
Amarillo A (67-73).....	0,70
Amarillo B (61-67).....	0,55
Plano B (61-67).....	0,75
NECTARINAS	
Amarilla A (67-73).....	0,85
Amarilla B (61-67).....	0,75
HORTALIZAS Euros/Kg	
Tarragona (Semana 25)	
Acelga.....	0,43

Calabacín.....	0,33
Judía Plana.....	1,02
Puerro.....	0,49
Tomate.....	0,36

El Llobregat (Semana 25)

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

El Maresme (Semana 25)

Apio (unidad).....	0,50
Acelga (manejo).....	0,50
Calabacín.....	0,45
Cebolla Tierna (manejo).....	0,80
Col Hoja Lisa (unidad).....	0,50
Lechuga Romana (unidad).....	0,50
Hoja Rizada (unidad).....	0,50
Espinaca.....	0,60
Perejil (manejo).....	0,40
Zanahoria (manejo).....	0,50
Rábano.....	0,30
Tomate Híbrido.....	0,90
(Las semanas corresponden a los días que se fijan los precios, independientemente de su vigencia)	

Lonja de Zamora

Información de precios de la Mesa de Cereales del 23 de junio de 2020 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES Euros/Tm

Trigo Blando.....	s/c
Cebada.....	s/c
Alfalfa Empacada.....	144,00

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, percibidos por el agricultor, del 15 al 21 de junio de 2020, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES Euros/Tm

Maíz (salida almacén en origen).....	17,20
La cosecha de los cereales de invierno comenzó la semana pasada en nuestra comunidad con la recogida de las primeras cebadas en Rioja Media y Baja y de forma meramente testimonial en Rioja Alta. Los primeros datos, dentro de un resultado	

que se espera positivo en todas las comarcas, muestran que es habitual una gran variabilidad en rendimientos y calidades.

FORRAJERAS Euros/Tm

Heno de Alfalfa.....	12,50
CHAMPIÑONES Y SETAS Euros/Kg	
Champiñón, Granel (Pie Cortado).....	2,20
Bandeja (Pie Cortado).....	2,40
Industria 1ª Raíz.....	0,81
Industria 2ª (Pie Cortado).....	0,78
Seta Ostra, Granel.....	2,75
Ostra Bandeja.....	2,60
Seta Shii-Take, Granel.....	4,00

HORTALIZAS Euros/Kg

Acelga Amarilla (Invernadero).....	1,00
Acelga Verde (Invernadero).....	0,80
Borrajá con Hoja (Invernadero).....	0,80
Lechuga Rizada (doc).....	3,15
Cogollos.....	2,10
Repollo Hoja Rizada.....	0,27
Coliflor de Primavera (doc).....	16,00
Alubia Verde Fresco.....	2,25
Pocha.....	3,75
Guisante Verde ind. (t.) I.T. 110.....	255,00
Verde ind. (t.) I.T. 130.....	220,00
Tomate Redondo 1ª.....	0,80
Redondo 2ª.....	0,50
Tomata.....	1,10
Pepino Corto.....	0,50
Pimiento Verde Cristal.....	2,20
verde Italiano.....	1,00

FRUTAS Euros/Kg

GRUPO MELOCOTÓN	
Paraguay 70+.....	0,67
Albaricoque 40+.....	0,70
CEREZAS	
24-26 mm.....	1,15-1,50
26-28 mm.....	1,50-2,00
28-30 mm.....	2,00-2,25
30+ mm.....	2,00-3,00

Las frutas de hueso se abren paso en los mercados con una oferta corta, reducida por una meteorología desfavorable, que en el caso de la cereza no evita la llegada de más y más profundos descensos en sus precios. Los albaricoques mantienen sus precios estables, mientras que los paraguayos inauguran su campaña en nuestra comunidad con retraso con respecto a la del año pasado y unos precios superiores.

ALMENDRAS CÁSCARA Euros/Kg

Común.....	0,63
Largueta.....	0,82
Marcona.....	1,08
Floración Tardía.....	1,11
Ecológica.....	1,87

LEGISLACIÓN

El Gobierno publica las modificaciones de la norma de calidad de la miel

El Gobierno publicó el 22 de junio en el Boletín Oficial del Estado (BOE) las modificaciones de la norma de calidad de la miel que aprobó el Consejo de Ministros el 19 de mayo y que implican cambios en el etiquetado de sus envases, que ahora han de indicar el país o países de origen.

El Real Decreto 523/2020 del Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática establece que cuando una miel se haya elaborado a partir de mieles de distinta procedencia, se deberán indicar obligatoriamente en el etiquetado el listado de los países de origen donde se haya recolectado.

Para garantizar el cumplimiento de esta nueva exigencia y su comprobación por las autoridades competentes, este

real decreto exige también a los operadores que recojan, dentro de su sistema de autocontrol, las evidencias necesarias para demostrar los orígenes de las mieles que han sido empleadas en las mezclas.

La disposición explica que “el estrecho vínculo existente entre la calidad de la miel y su origen” hace “indispensable garantizar una información más completa a fin de no inducir a error a los consumidores en relación a la calidad del producto”.

En una disposición adicional precisa que esta normativa afecta a las mercancías comercializadas legalmente en otro Estado miembro de la Unión Europea o en Turquía, así como a las originarias en un Estado de la Asociación Europea de Libre Comercio signatario del

Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo.

Indica que la miel ya envasada, comercializada o etiquetada antes de la entrada en vigor de este real decreto —que comienza a los seis meses de su publicación en el BOE— podrá seguir comercializándose hasta que se agoten las existencias durante 18 meses.

MODERNIZAR REGADÍOS

La Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana destina 6.495.000 euros para financiar los proyectos de modernización de regadíos que han sido propuestos por las Comunidades de Regantes de la Comunitat Valenciana.

Estas ayudas, que han sido convocadas en el Diario Oficial

de la Generalitat Valenciana (DOGV), se enmarcan en el Programa de Desarrollo Rural de la Comunitat Valenciana 2014-2020 y tienen por objeto incrementar la rentabilidad de las explotaciones de regadío, al tiempo que se disminuye el coste del cultivo, el consumo de agua y la contaminación.

La convocatoria subvenciona obras de reutilización, automatización de redes de riego, desalinización para riego de aguas depuradas o instalaciones de riego localizado, así como actuaciones destinadas a desarrollar sistemas de fertirri-gación comunitaria, a ejecutar mejoras en redes primarias o a facilitar la implantación de sistemas para incrementar la capacidad de embalse, entre otras.

El coste total de las operaciones proyectadas por las comu-

nidades de regantes será financiado en un 70% por aportación pública, que corresponde a la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural, al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader) y al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

El 30% restante será aportado por las comunidades de regantes.

Con este tipo de ayudas, la Conselleria de Agricultura demuestra su voluntad por fomentar la mejoras en las redes de riego para hacer realidad la utilización de agua de manera racional y su aplicación en el campo con la finalidad de desarrollar una agricultura sostenible y que permita una mejora progresiva de la calidad de vida de los regantes así como de la competitividad de los productos agrícolas.

Tal y como contempla la resolución publicada en el DOGV núm. 8843 de 25/06/2020, las entidades de riego deberán ahora entregar a la Conselleria los proyectos candidatos para ser seleccionados y para recibir la financiación y ser desarrollados.

El plazo de presentación de solicitudes es de 30 días naturales a partir del 26 de junio.



Fachada de Vegacañada. / ARCHIVO

Grupo Agroponiente adapta su funcionamiento a la época estival

► VF. REDACCIÓN.

Grupo Agroponiente comienza con sus horarios y servicios de verano a partir del 1 de julio en las zonas de Almería capital, Campo de Níjar y Levante. Ello conllevará que la subasta que dará servicio a todos sus centros logísticos de dichas zonas será, desde dicho día, la de Vegacañada, funcionando el resto de centros como puntos de recogida de producto.

De esta manera, tanto el centro de Campohermoso (Níjar), que incluye servicios de subasta de producto de lunes a sábado, como los de Ruesgas y Palomares, permanecerán durante el verano como puntos de recogida de producto, que la empresa se encargará de trasladar hasta Vegacañada, tal y como sucede cada verano.

De esta manera, Grupo Agroponiente adapta su funcionamiento a la época estival, pero seguirá, como siempre, ofreciendo un servicio cercano y personalizado en todas las áreas productivas en las que posee centro de trabajo y de recogida de producto.

Su director de Negocio, Antonio Román, ha subrayado que “esto no es nuevo, sino que desde hace muchos años trabajamos para que todos nuestros agricultores estén atendidos y reciban nuestro servicio de recogida y traslado de producto, siendo la empresa la que corre con la responsabilidad de dichas labores para que los productores puedan centrar todos sus esfuerzos en lo que mejor saben hacer: cultivar el mejor producto de Almería”.

Zespri™ presenta su nueva plataforma de comunicación “Cuidarte es tu placer”

Esta nueva plataforma de comunicación global persigue el objetivo de difundir de una manera más fiel el propósito de la compañía

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Desde su nacimiento como marca hace 22 años, Zespri™ se había mantenido fiel a su imagen original, pero este 2020, la marca neozelandesa de kiwis ha decidido llevar a cabo un cambio que refleje de manera más fiel su propósito: contribuir a la prosperidad de las personas, de las comunidades y del medio ambiente mediante las bondades del kiwi. Además de continuar incrementando su participación en el sector de la fruta fresca a nivel global.

La compañía acaba de presentar en el mercado español “Cuidarte es tu placer”, su nueva plataforma de comunicación global que, en palabras de Esther Marinas, responsable de marketing de Zespri™ en Europa “supone un gran hito para la marca, y se produce en un momento de gran desarrollo que confiamos satisfacerá no solo a nuestros lea-

les consumidores sino también despertará el interés de otros nuevos”.

“Cuidarte es tu placer” pone de manifiesto el desafío que hace Zespri™ a las convenciones más habituales sobre la vida sana, para generar una nueva conexión entre la naturaleza, los alimentos que obtenemos de ella y nuestro bienestar. Una filosofía que anima a todos a convertir su lado saludable en algo irresistible. Una declaración de intenciones que quiere romper aquellos estereotipos que vinculan la idea de cuidarse con algo aburrido y que requiere esfuerzo.

El nuevo Zespri™ también ha incorporado a los “Kiwi Brothers”, las mascotas de la marca, que ya se han convertido en un verdadero reclamo para los consumidores de Japón. De igual forma, se ha llevado a cabo un cambio en su logo, expresión perfecta del producto audaz, di-



La plataforma aterriza en España con una nueva campaña que incorpora a las mascotas “Kiwi Brothers”. / ZESPRI™

vertido, inesperado y auténtico que son los kiwis Zespri™. El abanico en diferentes tonos de verde se inspira en la reconocible sección transversal de su fruta, y el texto rojo ilustra la energía y el dinamismo de la marca.

En la presentación, Enrique Guio, Market Manager Ibérica de Zespri, destacó también los principales desafíos a los que se enfrenta la compañía en un momento tan relevante. “Esta evolución de nuestra identidad responde también a un mayor compromiso con nuestro propósito y nuestra misión que no es otra que estimular la conexión entre la naturaleza, la alimentación y el bienestar de las personas. Ayudar a los consumidores de todo el mundo a vivir de una manera más saludable. Para ello, nuestros kiwis son el aliado perfecto ya que garantizamos la calidad de nuestro producto, y que este sea producido y distribuido

en las mejores condiciones gracias al Sistema Zespri. Un sistema que garantiza que lo que nuestros consumidores compran es saludable, seguro y cultivado con las mejores prácticas posibles”, señaló Enrique Guio.

La presentación de la nueva imagen de marca y la nueva campaña contó con las expertas Patricia Ramírez, psicóloga, escritora y conferenciante; Mireia Porta, nutricionista clínica y deportiva; y Teresa Baró, consultora en habilidades de comunicación, y todas ellas destacaron los kiwis Zespri™ como una fruta fuente de disfrute y al servicio del bienestar de todos los miembros de la familia. Una apuesta irresistible para vivir mejor en todos los sentidos.

La nueva identidad visual se ha ido aplicando de manera progresiva en los envases de Zespri™ y en los distintos elementos corporativos.

Acciones para promocionar la cereza de Calatayud y de la Comarca del Aranda

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Asociación para la Promoción de la Cereza de la Comunidad de Calatayud y de la Comarca del Aranda y el Grupo Eroski firmaron el pasado jueves un acuerdo de colaboración por el que dicha fruta ganará presencia en los lineales que la cadena de supermercados tiene en Aragón.

Jesús Abad, presidente de la citada Asociación, que agrupa a más de 40 fruticultores con una producción de unos 10 millones de kilos, señaló que el acuerdo servirá muy especialmente “para que se respete el precio de coste”. Y para “poner en el mapa” las cerezas de Calatayud y del Aranda, y dar visibilidad tanto a grandes empresas como a pequeños productores.

El acuerdo forma parte de un plan más ambicioso para que se amplíe a otras comunidades donde está implantado Eroski y a otras enseñas comerciales. Ambas partes se comprometen



José Manuel Aranda, alcalde de Calatayud. / JAVIER ORTEGA

a participar y apoyar eventos promocionales, a realizar mesas sectoriales y otras actividades divulgativas e incluso visitas de clientes o consumidores a las instalaciones y plantaciones adscritas a la asociación.

Eroski identificará en sus establecimientos de manera clara la Marca de Calidad “Cereza de

Calatayud y del Aranda”, incluyendo la identificación de la zona, pueblo y parcela en su etiqueta, así como la identificación de la comunidad autónoma con la bandera de Aragón y el logo identificativo del producto.

Abad declaró que “la firma del convenio supone un paso más en nuestra misión por obtener una

clara repercusión socio económica en la zona, y conseguir, por un lado, la introducción del cultivo en zonas deprimidas y, por otro, ampliar el periodo de presencia de cerezas en el mercado”.

Los resultados “tendrán aplicación directa en los más de 20 términos municipales donde se producen cerezas de la Comarca, que suman más de 3.300 hectáreas”.

El acto de la firma tuvo lugar en el Ayuntamiento de Calatayud y al mismo asistieron el propio alcalde, José Manuel Aranda Lassa; el presidente de la Comunidad de Calatayud, Ramón Duce; el presidente de la Comarca del Aranda, José Ángel Calvo; la responsable regional de Eroski en Aragón, Cristina Rodríguez Palacio, y el presidente de la Asociación para la Promoción de la Cereza de la Comunidad de Calatayud y de la Comarca del Aranda, Jesús Abad, además de otros miembros de la asociación.

Eroski comercializa más de 5.000 productos aragoneses y colabora con cerca de 400 proveedores con un volumen de compras anual de más de 115 millones de euros.

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

FYSIUMTM

by Janssen PMP

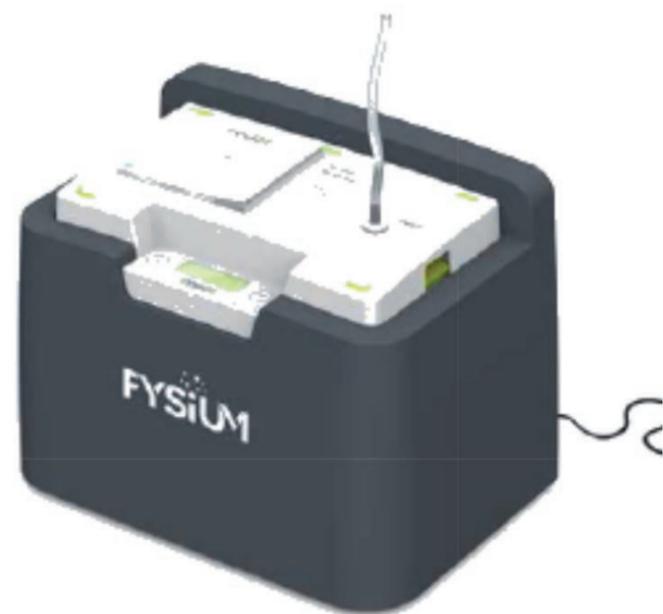


La alternativa

Fomesa Fruitech lidera el proyecto FYSIUM® en España. La nueva forma de aplicación de 1-MCP, que mantiene la calidad de las manzanas durante largos periodos de conservación.

Ventajas:

- **TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA** que asegura una aplicación perfecta.
- **SEGURIDAD:** la aplicación se realiza desde el exterior de las cámaras no modificando el ambiente interno, ni exponiendo al operador.
- **CONTROL:** El sistema de control de flujo permite asegurarnos que la aplicación se ha realizado correctamente.
- **COMPACTO:** Todo el sistema es compacto y sencillo.
- **RÁPIDO Y VERSÁTIL:** La aplicación es rápida y adaptable.
- **PRECISIÓN:** El sistema calcula exactamente la dosis que deseamos utilizar y aplicar.



Somos tu socio en Postcosecha



FOMESA FRUITECH

Your postharvest partner since 1955



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

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

info@fomesafruitech.net
www.fomesafruitech.net

Lleida

Valle del Cinca

Información elaborada por Óscar Ortega



valencia fruits
dossier

TERESA JORDÀ / Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat de Cataluña

“Las cosechas de melocotón, nectarina, manzana y pera suman 1.000.000 de toneladas”

Teresa Jordà, consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat de Cataluña, destaca la importancia de la fruta de hueso y de pepita en el sector hortofrutícola y en la economía catalana.

Valencia Fruits. Hace unos días algunos medios de comunicación se hicieron eco de la situación irregular de algunos temporeros en Cataluña. ¿Cuál es la postura de la Consejería sobre esta polémica?

Teresa Jordà. La situación epidemiológica que ha generado la COVID-19 ha obligado a adoptar medidas de salud pública que han alterado la normalidad de las relaciones sociales, económicas y productivas, también en el ámbito agrario e industrial-agrario. En un contexto de pandemia y de emergencia sanitaria es preciso garantizar la debida protección de la salud de todas las personas que intervienen en el sistema de producción, manipulación y transporte de la materia prima y elaborada desde la finca a la agroindustria. A la vez, es esencial garantizar la producción en cantidad, calidad y seguridad de alimentos en Cataluña de manera que se asegure el abastecimiento de la población y del conjunto de las industrias agrarias que dependen de ello.

Para dar cumplimiento a todos estos requisitos había que

“Las certificaciones para exportar fruta a países terceros se han incrementado en un 15%”

“El consumidor pide cada día más comodidad y sabor en el consumo”

garantizar que la campaña de recolección de la fruta se pudiera llevar a cabo con la máxima garantía. En la actual crisis sanitaria era muy importante garantizar que se pudiera encontrar la mano de obra necesaria para realizar todas las tareas y también la sistemática adecuada para poder hacer frente a la seguridad sanitaria de los trabajadores eventuales recién llegados, así como la de los trabajadores habituales de las explotaciones agrícolas, las

empresas agrarias y de servicios que forman toda la red de la cadena agroalimentaria y también reducir el impacto que genera en los municipios afectados.

Para centrar la dimensión de la actuación es necesario tener en cuenta que la superficie de fruta en la plana de Lleida es de 35.446 hectáreas, concentradas en 4.047 explotaciones. La mano de obra necesaria para hacer frente a la campaña de recogida es obviamente variable en función de la climatología y de los rendimientos de cada año, pero, suponiendo unas condiciones normales en una campaña ordinaria, se considera que se necesitan unas 600.000 jornadas de trabajo en esta zona a distribuir a lo largo de los meses de abril a noviembre.

La fruta recolectada en esta área llega a unos 200 centros de manipulación de fruta, 52 de los cuales son OPFH. Así pues, la campaña de recolección tiene un gran impacto en el territorio y es muy transversal.

Por este motivo, para compaginar la actividad de recolección



Teresa Jordà es consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat de Cataluña. / DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA

agrícola y el trabajo en las centrales o almacenes, con la prevención de la COVID-19, desde el Departamento de Agricultura, desde finales de marzo, hemos venido trabajando para afrontar con las mejores condiciones posibles la campaña agraria 2020 junto con empresarios, payeses, y otras administraciones públicas.

El 28 de abril, el Govern de la Generalitat de Cataluña acordó impulsar la coordinación y el seguimiento de la campaña agraria en Cataluña, mediante los mecanismos de coordinación territorial ya existentes en los ámbitos de las correspondientes delegaciones territoriales del Govern, con la participación de las administraciones públicas implicadas y del sector agrario en su conjunto, con la finalidad de hacer el seguimiento de la cam-

paña agraria y consensuar propuestas en relación a criterios o recomendaciones de actuación durante la campaña agraria en el contexto de contención de la pandemia de COVID-19.

Luego, el 29 de abril, dando cumplimiento a este acuerdo, se constituyó formalmente la comisión de coordinación de la campaña agraria 2020, aprobando el borrador “Recomendaciones de actuación ante el riesgo de COVID-19 en actividades y empresas agrarias”.

Este documento se resume, básicamente, en recomendaciones en el campo, en las centrales de confección de fruta, y en los alojamientos y ayuntamientos.

Visto que la campaña de la fruta ya ha comenzado en la pla-

(Pasa a la página 4)

LA MANERA MÁS FRESCA DE TRANSPORTAR TU CARGA.

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

[msc.com/reefer](https://www.msc.com/reefer)

MOVING THE WORLD, TOGETHER.

▶▶ **MANZANAS
Y PERAS**

▶▶ **CÍTRICOS**

▶▶ **MELÓN Y
SANDÍA**



DECCO *shield*

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



/ Tel. (+34) 961 344 011

info@deccoiberica.es
www.deccoiberica.es /

DECCO  [®]
Naturally Postharvest

“Las cosechas...”

(Viene de la página 2)

na de Lleida, la zona frutícola de la provincia, los ayuntamientos han adoptado las medidas establecidas en este documento. Y ya ha surgido casuística en esta zona y relacionada con trabajadores y trabajadoras temporeros. Siguiendo las citadas recomendaciones, se ha podido dar respuesta inmediata a estas personas y se han podido alojar en espacios establecidos por los municipios. De esta manera se ha podido continuar la campaña de recogida de la fruta.

El documento también propone la posibilidad de mancomunar los servicios entre ayuntamientos, dada la magnitud y extensión de la campaña agraria, con la finalidad de reducir costes y mejorar el servicio.

Después de diversos trabajos realizados por los directores territoriales de las consejerías más directamente implicadas, la oficina de la delegación del Govern en Lleida y los entes locales del territorio, se considera mancomunar estos espacios y servicios la opción más óptima desde el punto de vista económico y de la calidad del servicio.

Desde varios departamentos de la Generalitat de Cataluña (dependiendo de las competencias: salud, trabajo y asuntos sociales...) se ha informado a los ayuntamientos y consejos comarcales que los espacios mancomunados y establecidos para poder aislar personas, así como el gasto de su gestión y de las personas que los usarán, irán a cargo de la Generalitat de Cataluña.



Las exportaciones durante el primer trimestre de 2020 han registrado un aumento del 15% en volumen y un 28% en valor. / VF

Finalmente, es evidente que durante la campaña de recogida en la plana de Lleida llegan personas que no pueden trabajar dado que la legislación no lo permite y con las consecuencias personales y sociales que ello comporta. Desde mi Departamento lamentamos esta situación y nos ponemos a disposición para colaborar con aquellas autoridades e instituciones que tengan la competencia.

VF. ¿De qué manera está influyendo la COVID-19 en la producción y comercialización de la fruta y hortaliza catalana?

TJ. La campaña destaca por las limitaciones provocadas por la COVID-19 (dificultad al encontrar mano de obra, necesidad de implantar protocolos, uso masivo de EPIS, incremento de los precios de la logística y transportes) que, en general, se traducirán en un incremento en los costes de producción. No obstante, el sector no ha visto afectadas sus ven-

tas, tanto en mercados nacionales como internacionales, dado que la fruta y la verdura han sido alimentos de primera necesidad muy demandados.

Destaca un notable incremento de ventas de fruta y hortaliza en circuitos cortos de proximidad, tanto en puntos de venta como en el canal online directo a consumidor.

VF. ¿Se han visto afectadas las exportaciones?

TJ. El sector hortofrutícola, con los datos de exportación disponibles, durante el primer trimestre de 2020, registró un incremento del 15% en volumen y del 28% en valor respecto al primer trimestre de 2019. Este crecimiento se debe principalmente a la fruta que ha aumentado sus ventas exteriores en un 37% en valor y en un 20% en volumen, frente a las hortalizas que lo han hecho en menor medida, un 6% en valor y un 4% volumen, siendo igualmente este crecimiento

significativo y que se explica gracias al fuerte aumento en la demanda internacional de producto fresco.

En el caso de la manzana y la pera, uno de los elementos clave que han potenciado este fuerte incremento exportador se ha debido a que Cataluña ha conseguido mantener sus niveles de producción frente a la fuerte caída de la producción europea. Los cítricos también han conseguido un incremento de ventas internacionales en su final de temporada. Por el contrario, ahora era el turno de la fruta de hueso, que debido a las recientes granizadas verá afectadas sus ventas.

Viendo estos datos de comercialización y sumando el hecho de que las certificaciones para exportar fruta a países terceros se han incrementado en un 15% en estos primeros meses del año, queda patente la vocación, solidez e importancia estratégica, tanto económica como social,

del comercio internacional hortofrutícola de Cataluña en plena crisis de la COVID-19.

VF. ¿Cómo están preparando su presencia en Fruit Attraction?

TJ. Seguimos apostando por la feria. Se trata de la doceava edición de esta feria internacional del sector de fruta y verdura, una gran plataforma comercial que durante tres días (20-22 octubre) fomenta intensas relaciones comerciales entre el tejido empresarial que quiere dinamizar su actividad promocional con el canal de distribución internacional.

Este año será una edición inusual ante la incertidumbre de la COVID-19.

VF. ¿Cómo apunta la campaña de fruta de hueso?

TJ. En general, la campaña empezó con unas previsiones de un descenso de producción de alrededor del 20% en relación al año pasado debido a la afectación de las heladas y problemas en el cuajado de la fruta. El calibre es superior al de la campaña anterior y la calidad es buena salvo algunas afectaciones por las abundantes lluvias que se han producido. Recientemente, han tenido lugar fuertes granizadas en la zona más importante de producción de fruta de hueso en Lleida, que reducirán aún más la oferta de esta fruta para el mercado.

VF. Según la demanda, ¿hacia dónde se orienta la tendencia varietal de fruta de hueso?

TJ. El consumidor pide cada día más comodidad y sabor en el consumo, y la fruta de hueso no es una excepción. Por ello, la

(Pasa a la página 6)

DYM

Diego Martínez

FRUTAS Y VERDURAS

IMPORT **EXPORT**

MERCABARNA

C/ Longitudinal 9, nº 114 · 08040 Barcelona (España)
Telf. +34 93 262 01 21 · Fax. +34 262 21 11
diego@diegomartinez.com · www.diegomartinez.com



SmartFresh™

an AgroFresh solution



Mayor vida útil en fruta de pepita

Con SmartFresh™ mantenga la firmeza durante el almacenamiento y evite el escaldado superficial en manzanas y peras.

Con Scholar® 230 SC controle las enfermedades post-cosecha y aumente la vida comercial de su fruta.

AgroFresh

Advancing the future of freshness™



agrofresh.com

RESPONSABLE COMERCIAL - NORTE DE ESPAÑA:

Ana Durán Rivas
Tel: 683 196 069
aduran@agrofresh.com

Hugo Rodríguez Torres
Tel: 608 092 423
hrodriguez@agrofresh.com

RESPONSABLE COMERCIAL - SUR DE ESPAÑA:

Daniel Fernández Pastrana
Tel: 696 447 137
dpastrana@agrofresh.com

José M. Marrero Martínez-Carlón
Tel: 683 197 868
jmarrero@agrofresh.com

Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo.

©2020 AgroFresh. Reservados todos los derechos. SmartFresh™ es una marca registrada de AgroFresh. Scholar® es una marca registrada por Syngenta.

Titular: AgroFresh Holding France SAS., 23-25 avenue Mac-Mahon, 75017 Paris, Francia. Responsable de la puesta en el mercado: AgroFresh Spain SL, Ciudad de Sevilla, 45-A Paterna, Valencia, 46988, España - SmartFresh™, 1-Metilciclopropeno 3.3% p/p n° 23919 - INDICACIONES DE PELIGRO: H315 Provoca irritación cutánea.

Titular: SYNGENTA ESPAÑA, S.A. C/ Ribera del Loira 8-10, 3ª planta 28042 Madrid (Madrid) ESPAÑA. Responsable de la puesta en el mercado: Tecnidex, Fruit Protection, S.A. Ciudad de Sevilla, 45-A Paterna, Valencia, 46988, España - SCHOLAR 230 SC - Fludioxonil 23%p/v Inscrito en el Registro Oficial de Productos Fitosanitarios con el n° ES-00029 INDICACIONES DE PELIGRO: H410 - Muy tóxico para los organismos acuáticos, con efectos duraderos.

AgroFresh no emite ninguna declaración ni garantía en cuanto a la integridad o exactitud de cualquier información contenida en este documento. Los términos completos están disponibles en www.agrofresh.com/terms-conditions

“Las cosechas...”

(Viene de la página 4)

nectarina desde hace años se va imponiendo al melocotón, dado que no es necesario pelarla si apetece comerla con piel. Los melocotones planos (paraguayos) y sobre todo las nectarinas planas (platerinas) tienen un potencial en este sentido, sobre todo las nectarinas planas, por su facilidad de consumo, aunque se debe mejorar su potencial de conservación y manejo para ser más competitivos.

Entre el resto de frutales de hueso, la comodidad se impone. Cerezas y albaricoques basan su consumo precisamente en esta comodidad que permite disfrutarlas en casi cualquier momento y lugar.

Otro de los aspectos que van marcando tendencia son el color rojo, cada vez más presente y con mayor fuerza. Lo vemos en cerezas y nectarinas donde ya es una necesidad. El consumidor lo asocia a jugosidad y salud, como la hace con los pequeños frutos rojos, la fresa y otros. Por contra, el amarillo se asocia a firmeza y dureza, seguramente porque nos acordamos de nuestros melocotones amarillos que siguen teniendo su apreciación en el mercado local.

En el gusto, la evolución marca sabor dulce, por lo que las nuevas variedades buscan incrementar el nivel de dulzor, ya sea subiendo azúcar o bajando la acidez. Esto no quiere decir que no tengamos gente que prefiere el gusto ácido, poco dulce, pero lo que todos los consumidores quieren es saber qué gusto va a tener su fruta. Lo que no quiere es esperar un gusto dulce y que no lo sea. Por ello, la innovación varietal en melocotón ha disminuido el contenido de acidez y van apareciendo iniciativas con fruta lista para comer o que indican algunas cualidades del fruto.

Ahora se empieza a innovar en aroma, rescatar los aromas que complementan los gustos. Ya no queremos un melocotón que no sepa y huela a melocotón. Queremos ese aroma y gusto que hemos archivado en nuestra mente como melocotón, pero además, como productores queremos que lo haga durante muchos días para poder llegar a nuevos mercados.

Este es el reto de la innovación y lo que espera el consumidor y hacia donde va nuestra producción.

VF. En fruta y hortaliza, ¿qué cultivos destacan en Cataluña?

TJ. En Cataluña, los sectores de la fruta y de las hortalizas tienen un papel muy importante en la agricultura. En el caso de la



Un momento de un discurso de Teresa Jordà. / DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA

“Notable incremento de ventas de fruta y hortaliza en circuitos cortos de proximidad”

“El relevo generacional asegura la continuidad de las explotaciones agrarias”

fruta, por ocupar una gran cantidad de las tierras cultivadas y por unas producciones muy elevadas, principalmente en cuanto a la fruta fresca; y en el caso de las hortalizas, aunque la superficie no es especialmente significativa, los elevados rendimientos y el uso de las técnicas más modernas dan como consecuencia unas cifras de producción que ponen en valor este sector, mucho más allá de su implantación territorial.

En fruta, en 2019 había un total de 98.687 hectáreas plantadas, que han dado una producción total de 1.038.114 toneladas. De esta superficie de fruta, 46.066 hectáreas están ocupadas por la fruta fresca, preferentemente de regadío y con altos rendimientos y las otras 52.621 ha son de cultivos de fruta seca, mayoritariamente en cultivos tradicionales de secano, con rendimientos mucho menores.

La fruta fresca se divide entre fruta de hueso (melocotones y nectarinas en porcentaje muy altos), con 26.168 ha cultivadas, y fruta de pepita, 19.898 ha, casi todas de manzana y pera. En cuanto a las producciones, los cuatro grandes cultivos de fruta fresca (melocotón, nectarina, manzana y pera) suman más de 950.000 toneladas, es decir, entre las cuatro

concentran más del 90% del total de fruta producida en Cataluña, incluyendo la fruta seca.

Repasando las casi 100.000 hectáreas plantadas de fruta, nos encontramos una distribución diferente en la producción, aquí el papel de la fruta seca es mucho más relevante, entre almendros y avellanos hay más de la mitad de toda la fruta, casi 51.000 ha del total de las 52.621 ha totales de fruta seca. Las 4 especies de fruta fresca de regadío mayoritarias (melocotones, nectarina, manzana y pera), suman una superficie de 40.000 ha de las 46.066 ha totales de fruta fresca.

En cuanto a las hortalizas, en Cataluña se han cultivado 9.753 hectáreas en 2019, con una producción de 238.604 toneladas. Reiterar este papel destacable que le da la producción, fruto de altos rendimientos conseguidos por el uso de excelentes tierras de cultivo y el uso de las más modernas técnicas, tanto en regadíos al aire libre como en protegidos. Tres hortalizas capitalizan casi cerca del 40% de la superficie cultivada de este grupo y la mitad de la producción, en Cataluña: el tomate, con 1.081 ha y 44.000 toneladas; la cebolla, 1246 ha y 40.500 toneladas; y la lechuga, cultivada en 875 ha, que han producido 21.100 toneladas.

MANEL SIMON / Director general de Afrucat

“Las empresas servirán todo el producto programado con las cadenas de la distribución”

Manel Simon, director general de la Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña (Afrucat), efectúa estas declaraciones en el ámbito de la integración de personas de diferentes orígenes que hacen posible la recolección y la confección industrial de la producción de fruta catalana.

La elaboración del primer protocolo completo de actuación para la prevención del Coronavirus en las centrales de fruta, la presentación de una ambiciosa propuesta de promoción para España y Alemania para manzana y melocotón, y la situación de mercado son otros temas que comenta Simon en la entrevista.

Valencia Fruits. ¿Desde Afrucat qué medidas han tomado relacionadas con la COVID-19?

Manel Simon. Al mes de declararse el estado de alarma por la pandemia, desde Afrucat elaboramos y publicamos el primer protocolo completo de actuación para la prevención del coronavirus en las centrales de fruta. El protocolo, “Crisis sanitaria Covidien-19. Protocolo de Actuación frente al Covidien-19 para las empresas frutícolas”, incluía todas las medidas de aplicación para las empresas del sector y era el único revisado y validado por el Departamento de Salud de la Generalitat de Cataluña y por el sindicato UGT (Unión General de Trabajadores).

Este protocolo homologaba a nuestras empresas frente a sus clientes y a los requerimientos de un país tercero de una certificación específica para demostrar que la empresa exportadora estaba implementando medidas contra el coronavirus y también era de utilidad frente a la exigencia y obligación de establecer un protocolo de actuación ante los agentes de inspección de trabajo.

VF. En los medios generalistas han aparecido noticias polémicas sobre temporeros en situación irregular. ¿Qué opina?

MS. Desde Afrucat lamentamos que algunas personas inmigrantes, que no tienen su situación legal regularizada, estén viviendo en situaciones no deseables, y pedimos a las administraciones competentes soluciones al respecto, al tiempo que pedimos a los medios de comunicación que no se llame “temporeros de la fruta” a un colectivo que no pertenece a nuestro sector y al que no podemos ofrecer trabajo (penado con graves sanciones) dada su situación irregular.

Por otro lado, la integración en nuestra sociedad, en nuestros barrios, en nuestras escuelas, de personas y de familias de otros orígenes es una realidad que habla por sí misma. Personas provenientes de Marruecos, Senegal, Colombia, Rumanía, Bulgaria, Polonia, entre otros orígenes, han hecho posible la recolección y la confección industrial de nuestras producciones.

Muchas de estas personas son hoy en día encargadas, responsables de la producción y/o del mantenimiento en nuestras empresas frutícolas. Personas con experiencia, formadas y comprometidas con nuestros agricultores y empresarios. Pero, además, muchas de ellas se han convertido en compañeros/as de trabajo, amigos/as, padres/madres de los amigos de nuestros hijos, parejas, vecinos/vecinas.

Pedimos respeto por un territorio hecho a sí mismo a base de esfuerzo y de sacrificio.

VF. Apartando la COVID-19, ¿en qué otros proyectos está inmersa Afrucat?

MS. Se presenta un otoño lleno de proyectos en gran par-

G 50 Años Vistiendo la Fruta
ERVISAN S.A.
Artes Gráficas

Pol. Ind. Masía de Juez • Calle Els Moliners, 12 • 46900 TORRENT, Valencia
comercial@embalajesgervisan.com • www.embalajesgervisan.com

Tel.: +34 96 155 00 21

• Cubre cajas Polietileno • Flow pack • Cubre cajas OPP con adhesivo • Forros - Cubrefondos •

Cubres para todo tipo de Cajas de Frutas **CONSULTENOS**
TAMBIÉN CON MATERIAL BIODEGRADABLE



te orientados a incrementar y mejorar nuestros servicios a los asociados. A principios de junio hemos presentado una ambiciosa propuesta de promoción en España y Alemania para manzana y melocotón que esperamos que sea aprobada por la Comisión Europea. También estamos trabajando en una nueva tecnología que nos permitirá ser más inmediatos en la monitorización de mercado y en la actualización de datos para nuestros asociados. Este año también va a ser un momento clave para las extensiones de norma que tenemos presentadas.

“Pedimos respeto por un territorio hecho a sí mismo a base de esfuerzo y de sacrificio”

“El mercado está sensibilizado con el consumo de frutas y verduras y con la proximidad”

VF. *En clave productiva, ¿cual es la previsión de fruta de hueso catalana?*

MS. En Cataluña, aunque las primeras previsiones apuntaban un 18,6% menos de la producción de melocotones y nectarinas con una cosecha esperada de 413.050 toneladas, según la actualización hecha por el Área Técnica de Afrucat, fechada a mediados de junio, la campaña de este año perderá casi un 28% de su producción respecto a la pasada campaña debido a las inclemencias durante invierno y las granizadas que han tenido lugar entre principios y mediados de junio, principalmente en la zona del Baix Segrià.

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

VF. *¿Cómo situaría la fruta catalana en el marco europeo?*

MS. Creemos que este es un año en el que el sector productivo catalán podrá defender los precios y sobre todo teniendo en cuenta el buen inicio de la campaña de hueso en el sur. Este año se mantienen las cotizaciones por lo que todo hace pensar que se puede dar una disputa por los melocotones y nectarinas en los mercados. No habrá para todos. A los descensos ocasionados por las incidencias climáticas del invierno tendremos que sumar las afectaciones de los daños ocasionados por el pedrisco de estos últimos días que pueden seguir mermando la producción. Aún así, las empresas confirman que, salvo en casos puntuales, se servirá todo el producto programado con las cadenas de la distribución.

La situación se puede presentar favorable para aquellos que han podido conservar su producción porque podrán de-

fender el precio en un mercado con poca fruta. Sobre todo, teniendo en cuenta su calidad excepcional con buenos calibres y elevados grados Brix y la receptividad del mercado, que en esta coyuntura está especialmente sensibilizado con el consumo de frutas y verduras y con la proximidad.

VF. *Más de un año de pleno rendimiento de la nueva sede. ¿Qué ha supuesto este cambio?*

MS. La nueva sede, ubicada en una zona de paso y bien comunicada, ha dado visibilidad a la asociación en la ciudad de Lleida, epicentro



Manel Simon, director general de Afrucat, en la nueva sede de la asociación catalana. / ARCHIVO

de la producción catalana. La versatilidad de las oficinas han propiciado la organización de un par de congresos internacionales, nuestra convención, actos y ruedas de prensa de acciones propias y de nuestros asociados e incluso las hemos alquilado para eventos de terceros.

En esta nueva normalidad, la amplitud de los espacios nos han permitido llevar a cabo reuniones presenciales manteniendo las distancias y hemos podido seguir con el trabajo en la oficina de gran parte de nuestro personal.

LA COMA

by
Sant Miquel

SABIDURÍA & TALENTO EN FRUTA DE HUESO

“ **La Coma** es el valor que recoge el fruto de más de 40 años de la **familia Lozano-Jiménez** en el sector de la fruta, en compromiso con los productores, con fiabilidad, regularidad, sostenibilidad...

Compromiso contigo y la fruta



Fruta de hueso en el mercado durante toda la campaña de producción nacional.

Fruits Sant Miquel, s.l.

España

Tel +34 973 797 840

info@lacoma.biz

www.lacoma.biz



FRANCESC PÀMPOLS / Gerente de Pampols Packaging Integral

“La automatización de procesos de envasado permite reducir la manipulación de la fruta”

Francesc Pàmpols, gerente de Pampols Packaging Integral, desgrana durante esta entrevista, entre otros aspectos, diversos puntos vinculados a los procesos de automatización en las centrales hortofrutícolas y las estrictas medidas de seguridad alimentaria impuestas por la aparición de la COVID-19

Valencia Fruits. Este año han renovado las certificaciones ISO y BRC. ¿Qué aportan a Pampols y a vuestros clientes?

Francesc Pàmpols. Sí, hemos renovado la ISO 9001 y las BRC Broker y Storage&Distribution, son certificaciones internacionales de referencia en el sector del packaging alimentario. Avalan nuestra metodología de trabajo, ya que seguimos los protocolos estrictos de calidad y control que requieren estos certificados. Mantener las ISO y BRC nos implica una mayor burocracia y mayores costes, pero creemos que son cruciales para prestar un servicio de calidad.

Algunas empresas del sector del embalaje trabajan sin estas certificaciones y tampoco muestran sensibilidad sobre el mantenimiento de un buen nivel de organización. Como empresa no entendemos esta filosofía de trabajo y, por extensión, la de aquellos clientes que no valoran la seguridad y comodidad que da operar con empresas certificadas. Rodearse de buenos compañeros de viaje es la clave para llevar nuestros negocios adelante.

VF. Entre sus clientes cuentan con empresas productoras de fruta de hueso de Cataluña y Aragón. ¿Qué tipo de envase y servicio demandan?

FP. En líneas generales, los operadores de fruta demandan un packaging atractivo y a la vez competitivo, que preserve las condiciones del producto el mayor tiempo posible. Cada material tiene sus propiedades y en Pampols asesoramos a nuestros clientes según las necesidades concretas de cada fruta y de las condiciones de conservación y transporte del producto.

Asimismo, cada vez los clientes demandan más un servicio integral. Los productores y agricultores tienen sus propias preocupaciones, y no tienen por qué ser expertos en envases, en automatización de procesos o en mantenimiento de maquinaria



Francesc Pàmpols, gerente de Pampols Packaging Integral. / ÓSCAR ORTEGA



En Pampols asesoran a los clientes según las propiedades de cada fruta. / PAMPOLS



Cesta con malla compostable y cinta bolduc. / PAMPOLS

“Ya se encuentra operativa la instalación fotovoltaica en la sede central, en Lleida”

“Los operadores de fruta demandan un packaging atractivo y a la vez competitivo”

de final de línea. Desde Pampols les prestamos asesoramiento y un servicio global, ágil y competitivo a través de nuestro equipo técnico y comercial con una dilatada experiencia.

VF. Ante la situación actual de la aparición de la COVID-19, ¿cree que variarán las necesidades en esta campaña de fruta de hueso?

FP. Estamos a la expectativa de las peticiones de nuestros clientes, pero todo parece indicar que el comportamiento y las demandas serán similares a las de la pasada campaña: envases flowpack biodegradables o de plástico 100% reciclable, alveolos, cestas de RPET (con alto contenido reciclable y plástico de segundo uso) y todo tipo de soluciones eficientes e innovadoras para el transporte y mantenimiento de la fruta.

La principal preocupación de nuestros clientes es preservar las propiedades y condiciones de la fruta hasta que llegue al consumidor final.

VF. ¿Qué previsiones y sensaciones tienen para esta campaña?

FP. La alimentación ha funcionado bien durante esta pandemia y la demanda de productos frescos ha mejorado respecto años anteriores. Parece ser que el consumidor asocia los frescos a productos más saludables. Esta mayor demanda y mejora en la percepción del producto hortofrutícola ha redundado en una mejora de precios, sobre todo en

las frutas, que se ha traducido en buenas expectativas en el sector.

Esperemos que las condiciones meteorológicas adversas de este inicio de campaña, con lluvias y tormentas de granizo que han marcado considerablemente la cosecha de áreas de Lleida, Huesca y Zaragoza, no se repitan.

VF. Como especialistas en soluciones de packaging integral, ¿cuál es la tendencia de las centrales frutícolas?

FP. Sin duda, incorporar procesos de automatización, que optimicen costes y logren reducir los tiempos de envasado. Además, con la automatización parcial o total de la línea de envasado de fruta se evita, en mayor o menor medida, la manipulación del producto por parte de operarios.

De hecho, se pueden automatizar todas las fases del proceso de envasado, en función de las necesidades de la central frutícola: la máquina que desagrupa cestas, la línea de llenado automático, que cuenta y clasifica la fruta según calibre; la flowpack o la enmalladora que envasa el producto según la unidad de venta final; la encajadora que incorpora los envases llenos a una caja de fruta; la paletizadora que coloca las cajas en el palet; y, por último la flejadora, que fija la mercancía en el palet.

VF. Entonces, ¿la automatización también implica una mayor demanda del servicio de instalación y postventa?

FP. Así es. En plena campaña de la fruta de hueso, reforzamos el servicio técnico de postventa y/o reparación de máquinas de final de línea, porque sabemos que son equipos cruciales para la operatividad de nuestros clientes.

Además, las estrictas medidas de seguridad alimentaria que el sector ha impuesto hacen que tengamos que ser muy escrupulosos en nuestras intervenciones en casa de los clientes.

VF. Aparte de las renovaciones BRC e ISO, ¿qué objetivos se han marcado para este ejercicio?

FP. Este año hemos hecho una apuesta por las energías renovables: ya está operativa la instalación fotovoltaica en la sede central de Pampols, en Lleida. Sumada a otras medidas de ahorro energético implementadas los últimos meses, lograremos ser autosuficientes durante seis meses al año.

Y a nivel estratégico, nuestro principal objetivo sigue siendo crecer al lado de nuestros clientes y encontrarles soluciones que se ciñan a sus necesidades, tanto a nivel de envases como de equipos de final de línea para automatizar procesos.



S.A.T. LA CLAMO
1247 CAT

Camí La Clamor, s/n • 25180 ALCARRÀS (Lleida)
administracio@laclamo.cat • comercial@laclamo.cat
Tel. 973 820 404 • Mòvil 661 549 314
www.laclamo.cat

Fruta dulce

melocotón • nectarina • paraguay
platerina • albaricoque • manzana • pera
ciruela • cereza

Afrucat confecciona el primer protocolo para prevenir la COVID-19 en las centrales frutícolas

Al poco de iniciarse la pandemia de la COVID-19, la Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña (Afrucat) empezó a trabajar en la confección del primer protocolo completo de actuación para la prevención del coronavirus en las centrales de fruta.

El resultado fue la elaboración y publicación del protocolo "Crisis sanitaria Covidien-19. Protocolo de Actuación frente al Covidien-19 para las empresas frutícolas" en la segunda quincena de abril que incluye todas las medidas de aplicación para las empresas del sector, y en la actualidad es el único revisado y validado por el Departamento de Salud de la Generalitat de Cataluña, catalogándolo de muy exhaustivo, y por el sindicato UGT (Unión General de Trabajadores), que recomienda su uso. De una manera global, el protocolo persigue cumplir tres grandes objetivos, todos con la misma importancia. Uno, dotar de una guía a las centrales frutícolas donde puedan resolver todas las dudas que la pandemia les ocasiona. Dos, aportar las herramientas necesarias para contribuir a la prevención de los contagios entre los trabajadores durante la campaña. Y tres, ofrecer seguridad jurídica a las empresas frente a posibles inspecciones o solicitudes de información por parte de las administraciones y/o clientes.

Uno de los objetivos es dotar de una guía a las centrales para resolver dudas sobre la COVID-19

Este protocolo homologa a aquellas empresas que se adhieran frente a sus clientes y a los requerimientos de un país tercero de una certificación específica para demostrar que la empresa exportadora está implementando medidas contra el coronavirus. También es de utilidad frente a la exigencia y obligación de establecer un protocolo de actuación ante los agentes de inspección de trabajo.

Para su máximo difusión, Afrucat ha desarrollado una web específica en abierto que incluye el documento y gran cantidad de información sobre la pandemia: www.coronavirus.com. El eje central de la web es la difusión del protocolo que se puede descargar y consultar online. También se puede acceder desde el menú principal de la asociación: www.afrucat.com.

■ ESTRUCTURA

El contenido del protocolo se divide en Capítulos (C), Medidas (M) y Fichas instructivas (FI) que se pueden consultar y descargar de manera individual en la web.

El documento también incluye metodologías de actuación en temas, como por

ejemplo, el transporte y el alojamiento de los trabajadores.

Los principales apartados son: Medidas organizativas en centrales; Medidas higiénicas extraordinarias; Limpieza y desinfección de instalaciones; Procedimiento de actuación en caso de detección de un positivo; Control diario

de temperatura y síntomas a todo el personal; Medidas preventivas en el transporte de trabajadores; Medidas preventivas en alojamientos de trabajadores no residentes; e Información y formación de todo el personal, y capacitación de responsables de prevención.



Fruits de Ponent ha participado como empresa piloto de este protocolo de Afrucat. / O. ORTEGA

LOS QUE PRODUCEN SALUDAN...



... LOS QUE PREFIEREN LA CALIDAD Y UTILIDAD DOMPLEX



PLASTIDOM
Plásticos Industriais e Domésticos, S.A.

Apartado 105
2416-902 Leiria · PORTUGAL
Tel [+351] 244 88 01 60/1
www.plastidom.pt

JOSEP PRESSEGUER / Director general de Fruits de Ponent

“De momento, la menor demanda y un mayor consumo son buenos aliados”

Nos comenta Josep Presseguer, director general de Fruits de Ponent, la conjunción que se está dando en este momento en la campaña de fruta de hueso. Así mismo, otros capítulos que Presseguer analiza durante la entrevista son la puesta en marcha de planta fotovoltaica en las cubiertas de la central de confección, los nuevos formatos de packaging o las acciones para afrontar la COVID-19.

Valencia Fruits. Acaban de poner en marcha una planta fotovoltaica en las cubiertas de la central de confección. ¿Qué motivó y a qué responde esta iniciativa?

Josep Presseguer. Este proyecto forma parte de una acción global de Fruits de Ponent hacia la sostenibilidad. No debe entenderse como una acción aislada, sino como una medida más, de otras muchas, cuyo objetivo son el de ser respetuosos con el medio ambiente, comprometidos con la sociedad y con nuestro entorno y bajo una gestión transparente. Fruits de Ponent está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y con el Pacto Mundial de Naciones Unidas que promueven acciones contra el cambio climático y la apuesta por una energía verde. Sería incongruente defender estos preceptos y no aplicarlos en nuestro día a día. Por lo tanto, la instalación de esta planta fotovoltaica es una realidad que se va a extender a las otras sedes del grupo para lograr ser autosuficientes con energía renovable.

VF. ¿En qué otras novedades están inmersos y que se puedan comentar?

JP. Actualmente estamos desarrollando nuevos formatos de packaging para la fruta para que este sea más sostenible, pero a la vez ofrezca información de utilidad al consumidor, como por ejemplo, el estado de maduración, el tiempo ideal para consumir la fruta... Del mismo modo, estamos estudiando la posibilidad de activar nuevos canales de venta, como el online, hoy muy demandado por la sociedad.

VF. Desde el punto de vista

“Estamos probando nuevos formatos de packaging más sostenibles para la fruta”

de Fruits de Ponent, ¿cómo ha arrancado la campaña de fruta de hueso?

JP. Como ya se ha publicado a nivel de sector, se trata de una campaña con mucho menos volumen, lo cual incidirá en el transcurrir de todo el verano. Esta situación, sumada a la de una mayor concienciación por el consumo de fruta, ha provocado un inicio de campaña con unos buenos precios. Hay que ver



Sebastià Escarp (en la izquierda) y Josep Presseguer (derecha), presidente y director general, respectivamente, de Fruits de Ponent. / ÓSCAR ORTEGA



Energía verde

Josep Presseguer declara que “la planta fotovoltaica en las cubiertas de la central de confección es una instalación de 3.900 placas solares subministrarán 1,740 MW/h, pero lo más relevante es que gracias a este tipo de energía verde dejaremos de

generar 273 toneladas de CO₂” y afirma que “se trata de un paso de gigante para Fruits de Ponent que aporta su grano de arena a la lucha contra el cambio climático y a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)”. ■

“Estamos estudiando la posibilidad de activar nuevos canales de venta, como el online”

si esta tendencia se mantiene o, como en otros años, tiene una tendencia a la baja a medida que pasan las semanas.

VF. ¿Y qué previsión maneja para el resto de campaña?

JP. Como decíamos anteriormente, se trata de algo difícil de predecir. Aunque estos días se ha sufrido un episodio de granizo en determinadas localizaciones de Lleida de momento, la menor demanda y un mayor consumo son buenos aliados.

VF. ¿Cuáles son los principales destinos de su producción? ¿Diferencias entre ellos en cuanto a demanda del tipo de fruta?

JP. Fruits de Ponent tiene su cliente principal en Europa (Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, Países Bajos...) y también España, donde existe cierto repunte del comercio interior. Los clientes siempre demandan calidad en cuanto a calibres, color y sabor.

VF. El sector fruta y hortaliza es un sector esencial. ¿Cómo han afrontado todo este periodo marcado por la COVID-19?

JP. Como sector esencial, nuestra actividad no ha cesado en ningún momento y, en este sentido, hay que estar orgullosos de nuestro equipo profesional y de todo el sector por haber estado a la altura de las circunstancias. Y no solo eso, sino haber adaptado los procesos industriales a la nueva realidad, invirtiendo en medidas de protección para el equipo humano (EPIs, medidas de separación, protocolos de seguridad de la salud internos...).

VF. Para finalizar, ¿cómo presentaría Fruits de Ponent a un operador de sector?

JP. Fruits de Ponent es una cooperativa agroalimentaria formada por 180 unidades familiares de socios cuyo objetivo es el de producir y comercializar alimentos de calidad, además de preservar el medio ambiente. Fiel a los valores del cooperativismo (transparencia en la gestión, educación y formación, solidaridad...) Fruits de Ponent trabaja para construir un ecosistema cooperativo justo y equitativo para su equipo de profesionales y que todos sus empleados, desde los recolectores del campo a los de la central de confección, tengan garantizados sus derechos como trabajadores.

ilerfred

Instalaciones de frío para el máximo frescor

Visitenos en www.ilerfred.com

Estamos en Lleida, Barcelona, Zaragoza, Madrid y Granada

Tel. +34 973 202 441
Fax +34 973 210 813
info@ilerfred.com

ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification

f t in e y g+

IGNASI GONZÁLEZ / Codirector comercial de Trecoop Fruites

“La Cooperativa de Montoliu se especializa en pera y la de Sant Pere de Sudanell, en la fruta de hueso”

Así define en pocas palabras Ignasi González, codirector comercial de Trecoop Fruites junto a Francesc Cunillera, la especialización de las producciones de las cooperativas Agraria y Secció de Crèdit Sant Pere de Sudanell y Agraria de Montoliu de Lleida y Secció de Crèdit, poblaciones en las que se ubican las dos centrales de confección de Trecoop. La incorporación a su catálogo de la “cestilla” de cartón como alternativa al plástico; su apuesta comunicativa con socios, trabajadores y clientes; y la influencia de la COVID-19 son otros aspectos que trata González.

Valencia Fruits. Hable de las últimas novedades de Trecoop...

Ignasi González. Una de nuestras novedades para este año ha sido la incorporación a nuestro catálogo de la “cestilla” de cartón como alternativa al plástico para el pequeño formato de fruta de hueso plana tipo platerina o paraguayo. Creemos que cada vez se irá eliminando más el plástico y esta acción va encaminada a ir adaptándonos a la tendencia.

En Trecoop teníamos previsto abrir campaña con la nueva pá-

gina web y nuestro desembarco en las redes sociales. La seguridad de nuestros trabajadores y consumidores; y la adaptación de todos los procesos a la nueva realidad que ha generado el coronavirus ha eclipsado un poco nuestras novedades tecnológicas. Aún así, nuestra apuesta comunicativa con socios, trabajadores y clientes es firme y seguiremos avanzado en esta línea.

VF. A día de hoy, ¿qué producción estiman de fruta de hueso y fruta de pepita desde la óptica de Trecoop?

IG. Habitualmente, nuestra producción de pepita (mayoritariamente pera) y hueso (melocotón, nectarina, paraguayo y platerina) es muy similar respecto a la cantidad: 15 millones de kilos de hueso y otros tantos de pera. Pero este año hemos sufrido una helada el día 27 de marzo que provocará una disminución de la producción entre el 40% en fruta de hueso y el 30% en la fruta de pepita.

Así para esta campaña esperamos unas 9.000 toneladas de fruta de hueso y otras 12.000 toneladas de diferentes variedades de peras.



Ignasi González sosteniendo una “cestilla” de cartón para fruta de hueso plana. / ÓSCAR ORTEGA

VF. ¿En qué variedades concentran su producción?

IG. En el caso de la fruta de hueso, de estos 9 millones de kilos que esperamos, un tercio serán melocotones, otro tercio nectarinas y la tercera parte restante de diferentes variedades de paraguayos y platerinas.

En el caso de las 12.000 toneladas de peras: el 20% será Limonera; 40% de Williams y Red Williams; 15% Conferencia y el 25% restante corresponderá a variedades como Castell, Moratini, Alexandrina, Abate o Hercolina.

VF. Disponen de dos centrales, la de Montoliu y la de Sudanell. Desde el punto de vista operativo y logístico, ¿cómo distribuyen el trabajo?

IG. Los socios de Montoliu son especialistas en la producción de pera y representan el 80% de la producción de Trecoop; mientras que los de Sudanell producen fundamentalmente fruta de hueso también en una cantidad que puede representar el 80% de Trecoop.

También trasladamos esa especialidad en la producción en su día en la confección de la fruta.

Mientras que la Cooperativa de Montoliu de Lleida tiene su centro de confección muy especializado en la manipulación y gestión de los envíos de pera; la Cooperativa Sant Pere de Sudanell ha optimizado sus instalaciones y maquinaria para la confección de fruta de hueso.

VF. Hablando del tema estrella, ¿cómo cree que está afectando la crisis sanitaria de la COVID-19 en la demanda de fruta?

IG. El confinamiento y la falta de movilidad nos ha inducido a consumir producto de proximidad y también hemos detectado un aumento de consumo en los países que normalmente nos visitaban como turistas y que ahora han comido nuestra fruta en destino.

Por otro lado, los problemas de heladas generalizadas por Europa provocan una reducción de producción que también parece haber ayudado a empezar el verano con unos precios “buenos”.

VF. Por esta crisis, ¿cree que el consumidor tiende a una alimentación más saludable?

IG. Parece ser que ante cualquier riesgo para la salud, más si cabe ante una pandemia como esta de la COVID-19, el consumidor opta por una dieta sana y saludable. En el marco de esta opción de consumo, las frutas y las verduras pasan a tener un protagonismo privilegiado en la cesta de la compra.

VF. ¿Objetivos para el presente ejercicio?

IG. Siempre nos preparamos para abrir nuevos destinos que nos permitan tener más ofertas y opciones a la hora de vender nuestra fruta. Ahora lo teníamos todo preparado para llegar a Canadá, aunque tendremos que esperar a ver cómo evoluciona la campaña porque no sabemos si este verano finalmente iremos a Canadá. Todo está apunto para, si es necesario, servir la fruta Trecoop a destinos muy lejanos en perfectas condiciones.

JACKY FENIELLO / Director de producción y comercialización del Grupo Nufri

“Nos centramos en producir y comercializar variedades buenas de comer”

Los inicios del Grupo Nufri, las últimas campañas solidarias de manzanas Livinda y la cuarta edición de #EllasSonDeAquí son temas que Jacky Feniello, director de producción y comercialización del Grupo Nufri, desgana en esta entrevista.

Valencia Fruits. Los inicios del Grupo Nufri se centran en Lleida. ¿Qué representa hoy Lleida en todo el engranaje de Nufri?

Jacky Feniello. Nufri nació hace más de 45 años en la localidad de Mollerussa (Pla d'Urgell, Lleida), por un grupo de agricultores productores de fruta de pepita. Después de cuatro décadas, la compañía ha evolucionado hacia diferentes áreas de negocio, estratégicas entre ellas, y con un denominador común: fruta, verdura y sostenibilidad, desde una gestión vertical. Por lo que el cuadro de comandos se localiza en Mollerussa, punto neurálgico de la compañía y sede central, desde donde se intenta coordinar y dar apoyo a toda la infraestructura ya sea en logística, administrativa, recursos humanos, informática...

VF. ¿Qué esperan de esta campaña de fruta de hueso?

JF. Las semanas anteriores al inicio de la campaña todo apuntaba a un ligero descenso de producción debido a la helada tardía que hubo en plena floración. Que los kilos disminuyeran, en un principio, significaba buenos calibres, calidad y precio. Pero las lluvias persistentes durante estos últimos meses, y en algunas ocasiones acompañadas de granizo, han dado pie a una campaña mucho más complicada



Campaña solidaria a través de los stickers solidarios y motivadores de las manzanas Livinda. / NUFRI

de los que se preveía. Desafortunadamente, debido al cúmulo de sucesos meteorológicos desfavorables esperamos que, a pesar de todo, los agricultores podamos mantener la rentabilidad para que toda la cadena de valor sea sostenible y que el consumidor pueda seguir disfrutando de un producto de primera calidad.

VF. ¿En qué variedades concentran su oferta? ¿Hasta qué punta esta oferta es marcada por el consumidor? ¿Cuáles son los principales destinos de su producción de fruta de hueso?

JF. Desde hace años, nos centramos en producir y comercializar variedades buenas de comer. Nuestro objetivo principal es que el consumidor final, cuando compre, tenga una buena experiencia de consumo. Asegurarnos una experiencia satisfactoria, asegura que el cliente repita compra. Por todo ello, intentamos disponer de una continuidad de producto durante los 4 meses de campaña de las principales especies de fruta de hueso: nectarinas, melocotones, paraguayos y albaricoque.

En general, esta producción se distribuye entre el mercado español y europeo.

VF. ¿Qué comenta de las últimas novedades de la manzana Livinda?

JF. El pasado mes de abril introducimos en los lineales un nuevo formato de barquetas de 4 y 6 piezas de manzanas Livinda para dar una mayor confianza y seguridad alimentaria tanto al consumidor como a la distribución. Y al mismo tiempo, “motivar y dar ánimos al consumidor con unos stickers alentadores

“Nufri nació hace más de 45 años de la mano de un grupo de agricultores productores de fruta de pepita”

“Intentamos disponer de una continuidad de producto durante los 4 meses de campaña”

que contribuyen a la investigación contra la COVID-19”. De este modo, desde Livinda se ha empezado a distribuir cuatro nuevos stickers solidarios y motivadores con #hashtags de ánimo que van en todas las cajas, alternados con el clásico sticker, verde, naranja y, ahora el especial para retail, el Livinda azul.

Así, por cada manzana con un sticker de ánimo vendida se donará el importe del coste del sticker a una fundación sin ánimo de lucro para la investigación contra la COVID-19.

VF. Cuarta edición de #EllasSonDeAquí, ¿qué reporta esta iniciativa tanto a Livinda como al Grupo Nufri?

JF. #EllasSonDeAquí, indiscutiblemente, es el proyecto que representa la marca de manzanas Livinda y a la compañía. El esfuerzo y la pasión son los sustantivos que definen el día a día de las deportistas para conseguir sus retos y el nuestro para producir y servir la mejor fruta con la mayor calidad. Son cuatro convocatorias llenas de ilusiones, de sueños por cumplir, y en esta última, como no podía ser menos, ya hemos recibido diez proyectos de grandes deportistas que luchan por llegar al número uno.

Quedan menos de dos meses y esperamos recibir muchas otras propuestas, por eso alentamos a todas aquellas que tengan un bonito proyecto entre manos a que nos lo presenten y así poderlo hacer realidad.

Nuevo formato de la promoción del Consell Català de la Producció Integrada

Los objetivos no varían: dar a conocer y explicar al consumidor las características de los productos de producción integrada

La campaña promocional que de forma habitual desarrolla el Consell Català de la Producció Integrada (CCPI) en los últimos años sufre modificaciones derivadas de la irrupción de la COVID-19.

Donde las azafatas invitaban a degustar la fruta —en verano, fruta de hueso, y en invierno, de pepita— y explicaban a los consumidores los beneficios de consumir productos cultivados bajo las pautas de producción integrada en la campaña de este verano, ahora el equipo de azafatas repartirán mascarillas a todos aquellos clientes que compren productos de producción integrada. Desde CCPI se calcula repartir unas 15.000 mascarillas.

■ 650 HORAS DE PROMOCIÓN

Una vez reorganizada la pro-

moción, la programación sigue la línea de los últimos años durante los meses de julio y agosto con 650 horas de promoción del equipo de azafatas en 42 establecimientos Plusfresc y Carrefour de las cuatro demarcaciones de Cataluña.

Esta campaña promocional contará además con el apoyo de cuñas publicitarias en radio donde también se informará a los oyentes de esta promoción.

■ MISMOS OBJETIVOS

Aunque la COVID-19 ha forzado a variar la metodología de la campaña promocional, no ha cambiado sus objetivos. Los objetivos siguen siendo dar a conocer y explicar al consumidor las características de los productos de producción integrada sobre

tres ejes conceptuales. Uno, que son alimentos de Cataluña; otro, que se han producido mediante métodos respetuosos con la salud humana y el medio ambiente; y también que sus beneficios están garantizados mediante una certificación oficial.

Y tampoco cambia el papel de las azafatas como informadoras a los compradores de productos de producción integrada que están identificados con una mariposa, que simboliza el respeto por la fauna y la flora locales, y también por el agricultor y el consumidor.

El equipo de azafatas informa y documenta a los compradores y consumidores sobre el significado de este sistema productivo sostenible y la forma de identificar sus productos,



Una imagen de las promociones de 2019 de fruta catalana de producción integrada. / CONSELL CATALÀ DE LA PRODUCCIÓ INTEGRADA

al mismo tiempo que ofrece degustaciones para fomentar su venta.

■ GARANTÍA CERTIFICADA

El Consell Català de la Producció Integrada apuesta por una producción de calidad con garantía certificada. La calidad y la seguridad de los alimentos garantiza con la concesión de una

certificación oficial que incluye la imagen de una mariposa que es el distintivo de la producción integrada en Cataluña.

Por demarcaciones es Lleida la principal productora de fruta de producción integrada, con 13.000 hectáreas, lo que supone que se concentra casi el 80 por ciento de toda la fruta de producción integrada de toda Cataluña.

CARLOS y JAUME LOZANO /
Director comercial y de producción
de Fruits Sant Miquel

“Esta campaña de fruta de hueso presenta fruta de excelente calidad”

Los responsables de La Coma by Fruits Sant Miquel esperan “una campaña de fruta de hueso positiva después de cuatro ejercicios negativos con mayor liquidación para el productor; para nosotros, figura crucial”. En concreto, en clave producción de fruta de hueso de la zona productora de Lleida y Valle del Ebro las incidencias climáticas durante el invierno y primavera, los recientes episodios de granizo en junio y, en menor medida, la reducción de plantaciones, en especial en fruta temprana, provocan una previsión a la baja.

Sobre esta previsión, Carlos Lozano, director comercial de Fruits Sant Miquel, apunta que “no es inconveniente para continuar trabajando con cada uno de nuestros clientes durante toda la campaña de fruta de hueso de producción nacional según las programaciones establecidas con el objetivo de intentar garantizar un precio óptimo y estable a nuestros productores; de hecho, la actual situación de mercado es

una oportunidad para, si cabe, estrechar aún más lazos con los productores y clientes”.

Jaume Lozano, director de producción, describe que “la campaña de fruta de hueso de Lleida y Valle del Ebro se presenta con una expectativa de fruta de excelente calidad, buen calibre y con unos elevados grados Brix”. También añade que “los datos apuntan que las principales producciones europeas, como Italia y Francia, se mueven en parámetros de previsión aún más a la baja”.

■ CAMPAÑA NACIONAL

Esta firma está inmersa en la campaña de fruta de hueso porque aunque sus orígenes se centran en Lleida y Valle del Ebro con el transcurso del tiempo han ido ampliando sus plantaciones en el territorio nacional con el objetivo de buscar aquellos parajes con las condiciones ideales para el cultivo de las diferentes familias de fruta de hueso para cubrir toda la campaña de producción



Jaume y Carlos Lozano (en la foto), junto a su hermano Joan, forman la tercera generación familiar. / ÓSCAR ORTEGA

“Trabajamos con cada uno de nuestros clientes según las programaciones establecidas”

nacional. Además de Cataluña; Andalucía, Extremadura y Murcia copan plantaciones de esta compañía de la mano de productores que conocen muy bien sus tierras y cultivos. Jaume Lozano explica que “en los últimos años hemos optado por concentrar esfuerzos de producción en nectarina, paraguayo, melocotón y albaricoque, principalmente”.

En fruta de hueso —también cuentan con manzana y pera— esta compañía apunta una estimación de 28.000 toneladas para

esta campaña que se repartirán, define Carlos Lozano, “en alrededor de la mitad de la producción de fruta de hueso se destinará a mercados de exportación, siendo el conjunto de países de la Unión Europea nuestro principal destino con plazas consolidadas, y mercado interior. Todo ello gracias al trabajo realizado año tras año con los valores intrínsecos de La Coma: calidad y sabor”.

■ TRES VALORES

La Coma by Fruits Sant Miquel mantiene su filosofía que, de forma esquemática, se sustenta bajo tres valores, todos con la misma importancia. Uno, primar la calidad y el sabor de la fruta. Dos, ofertar fruta de hueso durante toda la campaña nacional. Y tres, compromiso con el productor.

Esta línea de trabajo continuada durante sus más de 40

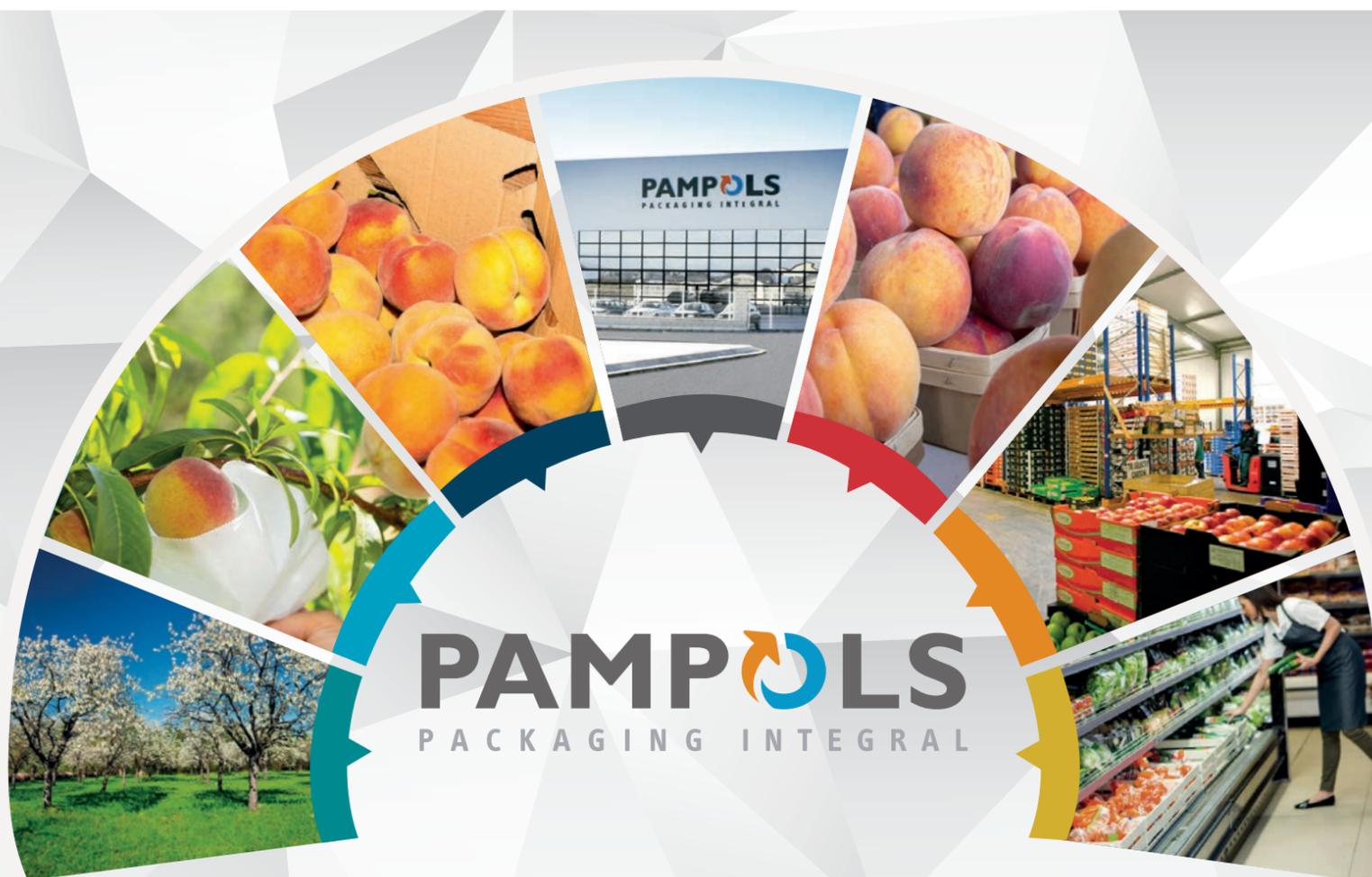
“En la Coma by Fruits Sant Miquel estamos comprometidos con el productor”

“Es clara la tendencia del consumidor hacia la alimentación saludable y de proximidad”

años de trayectoria, empresa de tradición familiar con la tercera generación en la compañía con Carlos, Jaume y Joan Lozano, desembocó en un reconocimiento latente de La Coma y en hitos como, por ejemplo, ser pioneros entre las empresas catalanas en exportación de fruta de hueso a Europa.

■ DEMANDA FLUIDA

Carlos Lozano analiza que “en general, se muestra una demanda fluida de fruta de hueso favorecida por una demanda alta de fruta en los hogares por las medidas de confinamiento derivadas de la crisis de la COVID-19 en los mercados, interior y exportador” y realza que “se refleja una clara tendencia del consumidor hacia la alimentación saludable y de proximidad donde las frutas y hortalizas cobran mayor importancia. Esta tendencia puede ayudar a potenciar el consumo de fruta de hueso en el mercado interior y deberíamos saber aprovecharla esta sensibilidad del consumidor de cara al futuro”.



Tu packaging, del origen al punto de venta

+ info: 902 401 777 • www.pampols.es



JOSEP LLORENS / Gerente de Ilerfred

“Hemos creado el departamento de I+D para poder aportar a los clientes nuevas aplicaciones”

Desde sus inicios, la firma de Industrial Leridana del Frío —Ilerfred— ha tenido muy claro su objetivo de máxima satisfacción del cliente y para ello cuenta con un bagaje de tecnología y experiencia. Josep Llorens, su gerente, nos apunta diversas tecnologías de frigoconservación, maduración y enfriamiento en fruta y hortaliza.

Valencia Fruits. ¿Objetivos de la empresa?

Josep Llorens. En la misma línea que los últimos años. Es decir, continuar dando soluciones a nuestros clientes en aquellas necesidades que puedan tener en el tratamiento de sus productos, siempre con profesionalidad y máxima eficiencia. Para ello, la empresa se está reestructurando y creando nuevos departamentos

para poder trabajar en mejores condiciones, y así poder ser más rápidos en satisfacer a nuestros clientes a nivel de estudios, presupuestos, asistencia técnica y soluciones a necesidades concretas.

En este sentido, se ha creado el departamento de I+D para poder aportar a nuestros clientes nuevas aplicaciones más eficientes y fiables.



Josep Llorens, gerente de Ilerfred. / 00

VF. ¿En qué otras novedades trabajan en cuanto a productos?

JLL. En estos momentos estamos llevando a cabo una instalación frigorífica de amoníaco-glicol de una potencia frigorífica de 1.400 Kw con la certificación de máxima eficiencia para lo que se han tenido que diseñar todos los elementos de la instalación, el sistema de gestión y el control de una manera especial.

También estamos llevando a cabo una instalación de amoníaco-glicol de una potencia frigorífica de 2.800 Kw para cámaras de

“El sector demanda cámaras de desverdización de cualquier tipo de fruta”

maduración de mangos y aguacates y un sistema de paletización semiautomático.

VF. Actualmente, ¿cuáles son los servicios más demandados por los clientes?

JLL. En la actualidad se está llevando a cabo la transformación de numerosas instalaciones frigoríficas de gas fluorado por expansión directa a instalaciones de amoníaco o amoníaco-glicol y en el sector hortofrutícola sistemas de enfriamiento rápido, tanto por aire como por agua —Hidrocooling—, donde Ilerfred cuenta con años de experiencia.

En cuanto a atmósfera controlada, cada vez se requieren instalaciones técnicamente más complejas y con medios de gestión y control más fiables, y equipos de última generación más eficientes.

También cámaras de maduración o desverdización o afinamiento de cualquier tipo de fruta e, incluso, fruta de hueso como melocotones y nectarinas. Se tratan de cámaras con tecnología específica que requieren de unas condiciones especiales y, sobre todo, de un sistema de control y gestión fiable y preciso.

No hay que olvidar la necesidad de las centrales frutícolas de almacenar producto en condiciones óptimas y durante el mayor tiempo posible con la intención de regularizar los mercados; y para ello es fundamental la tecnología de frío y de atmósfera.

VF. Hablando precisamente de cámaras frigoríficas, Ilerfred es pionera en la realización de cámaras...

JLL. Por nuestra ubicación en Lleida, desde nuestros inicios, hace ya más de 30 años, realizamos instalaciones frigoríficas para distintos sectores y, entre ellos y muy especialmente, el hortofrutícola.

VF. ¿Solo trabajan con empresas de Lleida?

JLL. En nuestros inicios sí. Con el paso de los años, nuestro radio de acción se expandió por otras zonas del territorio nacional.

Actualmente, estamos en Cataluña, Aragón, la Rioja, Navarra, Andalucía y Madrid, y con clientes en Galicia, Castilla León, Castilla La Mancha, Extremadura, Valencia y también en Portugal.

VF. En clave comercial, ¿define su vínculo con el cliente?

JLL. En Ilerfred procuramos la máxima satisfacción del cliente a través del desarrollo y ejecución de un diseño detallado de la instalación, utilizar productos de calidad y un servicio postventa esmerado y eficiente.

CARMELO CASAS / Presidente de Excofrut

“Se constata un disminución de cosecha y, por lo tanto, se esperan mejores precios”

Con estas palabras, Carmelo Casas, presidente de Asociación Profesional de Frutas y Hortalizas de Huesca (Excofrut) y gerente de Frutas Frucasa, radiografía el momento actual de campaña de fruta de hueso de la zona de producción de Fraga. El desarrollo del resto de campaña, la figura tan arraigada del pequeño y mediano agricultor, y las ideas de Excofrut para actuar ante la COVID-19 son otros conceptos que comenta Casas.

Valencia Fruits. Este 2020 se ha convertido en un año diferente por la irrupción de la COVID-19. Aún así, líneas maestras de Excofrut...

Carmelo Casas. Preocupados desde el inicio de la pandemia como todo el mundo.

Hemos adecuado las centrales y los centros de trabajo siguiendo las instrucciones marcadas por las autoridades sanitarias; también me consta que cada empresa ha sumado alguna medida según su propia intuición porque somos conscientes que aunque, somos un sector al que no se le ha privado de actividad, somos potencialmente susceptibles de contagio por la gran cantidad de mano de obra de temporada que se necesita.

Hemos realizado alguna videoconferencia entre los asociados para, además de las nor-

“El pequeño y el mediano productor están a la espera del resultado de esta campaña”

mativas correspondientes ante la irrupción de la COVID-19, plantear dudas, dar ideas de cómo adecuar las centrales, tomar medidas.

En esta línea de trabajo, desde Excofrut surgió la idea de adecuar pabellones municipales en la comarca ante posibles oleadas de contagios; guante que las administraciones locales recogieron a la perfección que, por desgracia, han tenido que hacer su función. Por otro lado, hay que agradecer a todos los implicados a estas alturas

de campaña su magnífica coordinación y función.

En este contexto marcado por la COVID-19, la Federación de la Fruta Dulce de Aragón —Fedefruta de Aragón—, creada justo hace un año con el objetivo de agrupar asociaciones, nos ha ido muy bien porque así en Aragón se establece una voz única a nivel autonómico y nacional y sirve para tener un canal transparente y fluido en nuestra comunidad, sobre todo, en este año atípico.

VF. Hablando de la campaña y hasta la fecha, ¿cómo se ha desarrollado la campaña de fruta en la zona productora de Fraga?

CC. Hasta este momento de la campaña, se constata una disminución de cosecha y, por lo tanto, se esperan mejores precios.

Recientemente hay que lamentar una serie de tormen-

tas de piedra considerables que ayudarán a que la oferta todavía sea inferior.

VF. ¿Y qué espera para el resto de la campaña?

CC. Para el resto de campaña, y si la climatología lo permite, seguirá la tónica de una menor oferta, esperando que los mercados nos dejen aprovechar esa disminución.

VF. En un año con previsiones a la baja en las principales zonas productoras europeas, ¿qué papel juegan los productores de oficio y conocedores de la fruta como los de aquí?

CC. En la zona se han producido numerosos abandonos de explotaciones ya de tamaño mediano después de la desastrosa campaña pasada; otras explotaciones se han reconvertido en frutos secos u otros cultivos... Por desgracia aunque en principio esta campaña de fruta de hueso apunte mejor, esto no significa que muchos agricultores continúen sus cultivos y vayan a cambiar sus planes de reconversión.

VF. Y ahora hablemos de Frutas Frucasa...

CC. Seguimos en la línea de los últimos años con la aplicación de mejoras en la cen-



Carmelo Casas afronta su segunda etapa al frente de Excofrut. / O. ORTEGA

tral frutícola, en procesos de obtención de certificaciones demandadas por los clientes y, sobretodo, estamos inmersos en la constante renovación de plantaciones con la intención de estar a la última según las necesidades del mercado.

VF. Por último, ¿qué desea añadir?

CC. En cuanto a los últimos contagios en la zona, focalizados en una central frutícola, me gustaría recordar a los medios de comunicación que, por desgracia, esta pandemia nos afecta a toda la sociedad y no solo a los fruticultores de Fraga y a las comarcas de Bajo Cinca, Cinca Medio y La Litera.

FRUTAS **Producción y Comercialización**

frucasa s.a.

e-mail: frucasa@frucasa.eu

C/ Magdalena, s/n
Tel.: 974 47 14 08
Fax: 974 45 35 23
22529 MIRALSOT FRAGA
(Huesca)

CENTRAL HORTOFRUTICOLA **casas royas**

Tel.: 974 47 18 50
974 47 34 24
Fax: 974 47 12 62
22520 FRAGA (Huesca)
comercial@casasroyas.com

EDUARDO y JACINTO DAVID ROYES GARCÍA y M^a EUGENIA CABRERA CASAS / Responsables de Frutas Casas Royes

“Hace falta voluntad y dedicación para apostar por este sector”

Eduardo y Jacinto David Royes García y M^a Eugenia Cabrera Casas son la tercera, ellos, y cuarta, ella, generación familiar en Frutas Casas Royes. Los tres respiran entusiasmo y son conocedores del sector.

Valencia Fruits. *En Frutas Casas Royes, ¿hacia dónde enfocan sus variedades de fruta de hueso?*

Eduardo Royes García. Principalmente hacia nuevas variedades de paraguayos y nectarinas con más color y sabor, que son los parámetros buscan los consumidores. En cuanto al calibre, todos tienen su hueco en el mercado para distintos perfiles de clientes.

VF. *Y ¿qué variedades destacan en la zona de Fraga?*

Jacinto David Royes García. Últimamente, los fruticultores se decantan por variedades de albaricoque y nectarina de media temporada. Pero, la tendencia de estas dos últimas campañas con precios por debajo del coste de producción están provocando que desaparezcan muchas plantaciones de frutales y se reconviertan a plantaciones de almendros.

VF. *Ante el actual panorama con la COVID-19, ¿describe el momento actual de campaña?*

M^a Eugenia Cabrera Casas. A pesar de la incidencia del coronavirus y la disminución de un 20% en la cosecha, podemos decir que de momento está fun-



M^a Eugenia Cabrera Casas con Jacinto David y Eduardo Royes García. / 00.

cionando con normalidad sobre todo en exportación. No obstante, la competencia de países vecinos es algo a tener en cuenta.

VF. *Y ¿cuáles son las expectativas para el resto de campaña?*

ER. Esperamos que el resto de la temporada se desenvuelva con los mismos parámetros y que la meteorología nos respete tanto aquí en producción como en los mercados de destino para mantener, y si cabe aumentar, el consumo de fruta.

VF. *¿Hay novedades en Frutas Casas Royes? ¿Cuáles son los objetivos marcados?*

JDR. Seguimos la línea de los últimos años: nuestro objetivo es poder dar el mejor servicio y satisfacción a nuestros proveedores y clientes, mejorando cada año la trazabilidad y la aplicación de los mejores productos para hacer fruta más sana y la conservación del me-

dio ambiente. También estamos atentos a nuevas oportunidades de mercado que puedan surgir.

VF. *Ustedes son la tercera y cuarta generación de la empresa familiar. ¿Cómo invitaría a un joven emprendedor a participar en el sector fruta y hortaliza?*

MEC. Este sector es muy peculiar por su dificultad de planificación debido a estar supeditado a imponderables como las inclemencias del clima, tanto en nuestro país como en el resto de Europa. Ante esta circunstancia hay que tener una fuerte voluntad y dedicación para apostar por este sector y, como todo en esta vida, cuando se sacan adelante las iniciativas difíciles la satisfacción es aún mayor. En definitiva, animaría a la gente joven a prepararse y apostar por este sector como hemos hecho nosotros siguiendo los pasos de nuestros antecesores.

CAROL IBARZ / Gerente de Frutas Ibarz

“Esta campaña de fruta arranca con mejores precios”

La influencia de la climatología en las campañas, los ingredientes de una campaña de éxito y la expectativa sobre el transcurso de esta temporada de fruta de hueso son comentarios que realiza Carol Ibarz, gerente de Frutas Ibarz e Hijos —y segunda generación en el negocio—, en esta entrevista.

Valencia Fruits. *¿Hacia dónde destinan su producción? ¿Qué peso tienen la exportación y el mercado interior? ¿Cuáles son los principales mercados?*

Carol Ibarz. Destinamos gran parte de nuestra producción a la exportación, principalmente a países europeos como Alemania, Holanda, Italia, Polonia, Suiza, etc.

Nuestros clientes europeos son menos exigentes en cuanto a calibres que los españoles. De hecho, durante la campaña de verano trabajamos poco el mercado interior; en cambio, en la campaña de invierno sí trabajamos en diferentes zonas de España.

VF. *¿Cuáles son los ingredientes de una campaña de éxito?*

CI. La fórmula mágica de una campaña exitosa sería: una producción normal, con una calidad óptima y unos precios rentables para el agricultor y el comercializador.

Todo ello no depende de nosotros, ya que la climatología, —caprichosa— a veces juega

un papel importante en la cantidad y calidad del producto.

VF. *¿Cómo resume la pasada campaña de fruta de hueso bajo la óptica de Frutas Ibarz?*

CI. Si tenemos que buscar una palabra que defina la campaña anterior es: nefasta.

Llevamos muchos años soportando unos precios que provocan que las explotaciones agrícolas no resulten rentables. Desgraciadamente, cada campaña observamos cómo pequeños agricultores abandonan el campo en busca de un trabajo con el que puedan ganarse la vida.

VF. *Y ¿qué podemos avanzar de la temporada 2020? ¿Las perspectivas son mejores?*

CI. Esta campaña de fruta de hueso parece que arranca con unos precios mejores.

Hay un menor volumen de producción en muchas zonas productoras de fruta de hueso de España y también de Europa.

Diversas incidencias climatológicas han afectado a la producción como por ejemplo episodios de tormentas que han dañado gran parte o la totalidad de la producción de determinadas zonas. En consecuencia, esta campaña se presenta con una oferta notablemente inferior a la pasada. El verano es largo y queda mucho camino por recorrer en esta campaña.

JOSÉ LUIS UTRILLA / Director general de Frutas Utrilla

“La especialización es necesaria para competir en el mercado”

José Luis Utrilla, director general de Frutas Utrilla señala que los primeros pasos de la campaña de fruta de hueso “apuntaban muy buenas perspectivas” aunque quizás “se no puedan compensar la menor producción y las mermas de la fruta” y añade que “normalmente los precios altos influyen a la baja en el consumo de fruta y es entonces cuando las grandes distribuidoras reducen el precio de la fruta”. Por ello, intuye que los precios “no serán lo que parecía a inicio de campaña”.

Utrilla habla sobre la figura del pequeño y mediano agricultor, tan arraigado en la zona de producción de Fraga, puntualizando que “el pequeño y mediano agricultor debe especializarse para poder competir”. También reflexiona sobre la continuidad de la actividad agrícola frutera en dos líneas: el relevo generacional y la reconversión varietal. Y dice que “las últimas campañas con resultados negativos para el agricultor han provocado que un número importante de este relevo generacional se haya decantado por otras alternativas para poder ganarse la vida”; y en cuanto a la reconversión varietal manifiesta que “hay



José Luis Utrilla, en un momento de la entrevista. / FRUTAS UTRILLA

“Hay una tendencia a abandonar el cultivo de frutales y plantar almendros”

una tendencia de agricultores de la zona a abandonar el cultivo de frutales —con mayores gastos de producción— y plantar almendros”. Frutas Utrilla centra su oferta de fruta de hueso en nectarina, paraguayos y melocotón.

 **Conrado**
FRUTAS IBARZ E HIJOS S.L.
Ctra. Sariñena, s/n - 22520 FRAGA (Huesca)
Tel.: 974 47 03 89 - Fax: 974 47 02 86
Móvil: 625 653 395 - frutasconrado@gmail.com

 **Utrilla S.L.**
Ctra. N-211, km. 330 - 22520 FRAGA (Huesca)
Tel. + 34 974 47 24 62 - Fax + 34 974 47 30 55
frutasutrilla@hotmail.com
melocotones - peras - nectarinas - paraguayos



frescmajos

Pol. Fondo de Litera. C/ Pagesos P-69-70, nº10 22520 FRAGA (Huesca)
Tel.: 974 454 963 • info@frescmajos.com • www.frescmajos.com



JOSÉ IGNACIO GRAMÚN / Director de MercoFraga

“MercoFraga puede servir como epicentro y guía del sector de la fruta en Fraga y comarca”

Así define José Ignacio Gramún, director de MercoFraga desde el pasado febrero, una de las funciones clave de esta lonja hortofrutícola. Gramún también habla durante la entrevista sobre la potenciación y promoción de MercoFraga, la revitalización de su campo experimental y realiza un análisis del inicio de campaña de fruta de hueso en esta zona de producción.

Valencia Fruits. Nuevo en el cargo de director de MercoFraga. ¿Qué idea tenía de este mercado antes de acceder al cargo?

José Ignacio Gramún. Era conocedor de este mercado ya que mi vida siempre ha estado muy ligada al sector agrícola, en concreto y especial al frutícola.

Siempre he pensado que es un mercado de proximidad — su área de influencia está compuesta por las comarcas del Bajo Cinca, La Litera, Los Monegros y el Bajo Aragón—, una lonja modesta aunque no por eso menos importante. Se comercializan alrededor de 3 a 4 millones de kilos y marca unos precios de referencia para la zona del Bajo Cinca.

Cada día quedan menos mercados de este tipo. El agricultor recolecta la fruta fresca a primera hora de la mañana, la lleva a la lonja y prácticamente el mismo día llega a la tienda para el consumidor. Y ese es el verdadero valor de este mercado. Esta fruta mantiene intactos todo su aroma y su sabor que el consumidor aprecia y, por ello, tiene un precio de cotización más elevado.

VF. ¿Y qué idea tiene ahora?

JIG. Mi visión actual es seguir manteniendo este mercado, y también potenciarlo y promocionarlo ya que considero que todavía tiene su recorrido.

Junto a la lonja de fruta, quiero destacar que MercoFraga tiene unas buenas instalaciones donde se pueden impartir cursos de todo tipo relacionados con el sector agrario. Estamos en un momento delicado y necesitamos un cambio de orientación de modelo, de invertir en I+D. Es decir,



Desde el pasado febrero, José Ignacio Gramún es director de MercoFraga. / 00

MercoFraga puede servir como epicentro y guía del sector de la fruta en Fraga y comarca.

Nombrar también que ligado a MercoFraga tenemos un campo experimental, que lleva funcionando alrededor de cinco años y que es necesario revitalizar para que en un futuro sirva para realizar nuevas plantaciones buscando nuevas alternativas de cultivos para nuestra zona.

El sector necesita sobretodo: innovación.

VF. La pandemia de la COVID-19 le ha cogido iniciando su trabajo en MercoFraga. ¿Cómo afecta al desarrollo de la actividad de este mercado?

JIG. Evidentemente la pandemia ha tenido repercusión en todos los sectores, en el día a día de cualquier actividad y, en este sentido, MercoFraga no es una excepción. En estos momentos, el objetivo principal es la prevención de la salud y evitar contagios. Hemos tenido que adoptar

“Potenciar MercoFraga es simple y llanamente una labor de conjunto, no es una cuestión individual”

“Hay que potenciar y promocionar la calidad del producto de la zona de Fraga: la fruta”

“Esperamos que la falta de cosecha de un veinte por ciento ofrezca unas buenas cotizaciones”

todas las medidas sanitarias que son de obligado cumplimiento como guardar dos metros de distanciamiento social, que no hay mayor problema porque las instalaciones son muy amplias; el uso de mascarillas y guantes, que es una cuestión de responsabilidad; y la instalación de geles hidroalcohólicos en los puntos de mayor afluencia de gente (zona de báscula y zonas de carga y descarga).

En principio, sigue habiendo un poco de preocupación e incertidumbre ya que MercoFraga tiene su venta en zonas costeras, sobre todo en la hostelería. Y los hoteles todavía no están al cien por cien de su actividad aunque espero que con la desescalada la

situación mejore en los próximos meses.

VF. A consecuencia de la pandemia, ¿se potencia más el consumo de fruta de proximidad?

JIG. La población sigue con el miedo al contagio y un gran porcentaje se queda en su casa. Esta circunstancia provoca que aumente el consumo de fruta de proximidad; por lo tanto, es positivo. Pero habrá que esperar un tiempo prudencial y ver cómo reacciona según avance la temporada de verano.

VF. A día de hoy, ¿qué objetivos se plantea para potenciar MercoFraga?

JIG. Potenciar MercoFraga es simple y llanamente una labor de conjunto, no es una cuestión individual o personal. Hay que aunar esfuerzos para promocionar la fruta de la zona, e incluso trabajar unidos para tener una marca de calidad o una denominación de origen que daría un valor añadido que al final beneficiaría a todos.

El sector primario, en este caso, el frutícola es de suma importancia en estos momentos adversos. Hay potenciar y promocionar la calidad del producto de nuestra zona: la fruta.

VF. ¿Qué día inició las actividades MercoFraga?

JIG. Concretamente la actividad se inició el domingo, 7 de junio. Realmente quedé sorprendido en positivo, ya que se disiparon muchas dudas.

El mercado fue fluido y la mercancía se vendió con rapidez. Hay demanda de fruta.

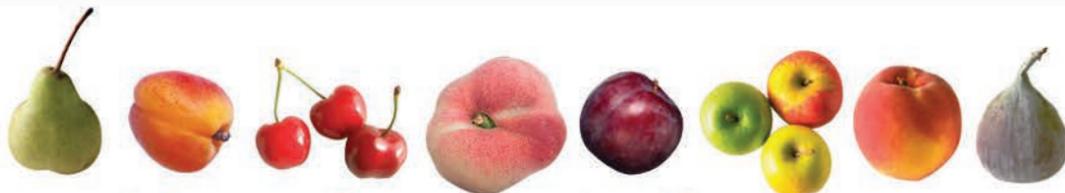
Remarcar también que los participantes tuvieron un comportamiento ejemplar con las medidas sanitarias.

Hay que ser optimista y vamos a pensar que con este escenario de falta de cosecha de fruta de alrededor de un 20% ofrezca unas buenas cotizaciones y sobretodo que tenga repercusión en el eslabón más débil de la cadena, es decir, el productor.

En definitiva, esperemos que cuando avance la nueva normalidad tengamos unos precios dignos y una campaña equilibrada. El futuro del sector depende de ello.

INICIADA YA LA CAMPAÑA DESDE EL 7 DE JUNIO

mercado de frutas en origen del Bajo Cinca y Bajo Aragón



sólo fruta fresca

Compre directamente al agricultor la fruta recogida durante la mañana: melocotones, albaricoques, cerezas, ciruelas, higos, manzanas y peras con todo el sabor, aroma, color y textura de la fruta más fresca. **Toda la oferta en envase normalizado.**

lunes a viernes, 12 h. / domingos y festivos, 9 h. / visperas y sábados no hay mercado

COMPRA DIRECTA
AL AGRICULTOR
SIN INTERMEDIARIOS
DE NINGÚN TIPO

Merco FRAGA



N-211 Fraga-Mequinenza
Salida “Fraga” en la AP2
Tel. 974 47 31 66
Fax 974 47 30 14

www.fraga.org
e-mail: merco@fraga.org

