

# valencia fruits

29 de septiembre de 2020 • Número 2.910 • Año LVIII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Las naranjas dulces concentran el 72% de la cosecha, con más de 1,6 millones de toneladas, y aumentan un 5,5% en comparación con el ejercicio 2019-2020. / ARCHIVO

## Andalucía espera 2,3 millones de toneladas de cítricos

La comunidad autónoma concentrará el 33,5% de la producción cítrica española

### ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de Andalucía estima que en la campaña 2020-2021 la producción de cítricos superará un volumen de 2,3 millones de toneladas. En relación con el territorio nacional, la comunidad autónoma andaluza concentrará el 33,5% del total de la producción española, cuya cosecha se cifra en 6,9 millones de toneladas.

Por provincias, la Junta prevé que en Almería se recojan cerca de 213.500 toneladas; en Cádiz, 59.850 t; en Córdoba, casi 378.000 t; en Granada, 11.700 t; en Huelva, más de 578.100 t; en Málaga, cer-

**Andalucía cuenta con una superficie aproximada dedicada a los cítricos de unas 85.200 hectáreas**

ca de 146.400 t; y en Sevilla, casi 934.500 toneladas.

El aforo de cítricos 2020-2021 elaborado por el Gobierno andaluz recoge también datos relativos a superficie, que ronda un total de 85.200 hectáreas sumando la superficie de naranjo (57.500 hectáreas), mandarino (casi 20.000),

**Las mandarinas suponen el 22% de la cosecha, con 520.640 toneladas, y el volumen aumenta esta campaña un 12%**

limón (6.540) y otros cítricos (1.145). En cuanto a la producción de las diversas variedades que se obtienen en Andalucía, destacan especialmente las naranjas dulces, que concentran el 72% de la cosecha (más de 1,6 millones de toneladas) y registran un incremento del 5,5% en comparación

con el ejercicio 2019-2020. A estos cultivos le siguen las mandarinas, que suponen el 22% (520.640 toneladas) y aumentan un 12% con respecto a la campaña anterior; y los limones, que rozan las 109.600 toneladas (5%). Además de estas frutas, el aforo contempla también datos de pomelo (20.790 toneladas) y otros cítricos (6.420 toneladas).

Las previsiones recogen también que la producción de naranjas supondrá el 48,3% del total nacional. Este porcentaje se situaría en el 22% en el caso de las mandarinas y en el 10,7% para los limones.

Más información en página 8



### Esta semana

**3** El valor de la exportación de frutas y hortalizas cae un 5,5% en el mes de julio mientras sube un 12% la importación

**6** "Ocasión para una buena Ley". Artículo de opinión de Cirilo Arandis



**9** La Red de Semillas de Aragón recibe el premio Medio Ambiente Rural que concede el Gobierno aragonés

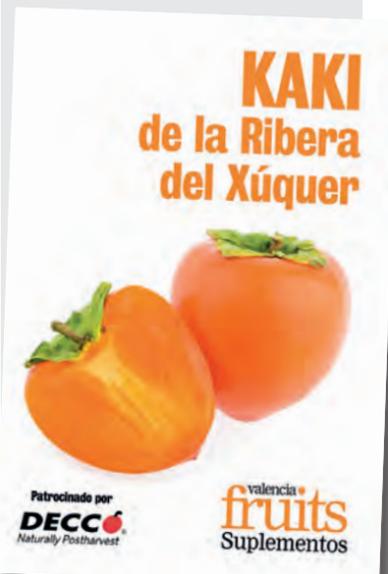
**10** Cítricos: Análisis de campo. Índices de madurez, calibres y zumo en la cuarta semana del mes de septiembre

**11** Un proyecto europeo busca obtener tomates más sabrosos y resistentes a virus y al cambio climático

### 12 DO Melocotón de Calanda

Entrevista a Samuel Sancho, presidente del Consejo Regulador de la DOP Melocotón de Calanda

Una Denominación de Origen con vocación exportadora



### ÍNDICE

Agrocomercio: .....	3
Agrocultivos: .....	8
Agrocotizaciones: .....	15

valencia  
**fruits**

#### Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA  
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

#### Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

#### Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

#### Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

#### Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

#### Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

#### Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

#### Preimpresión

RAFAEL CABO CORTELL

MARÍA ROSA MONTÓ CAMARENA

ALEGRES DELICADES, S.L.

■ 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

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: IMPRICA

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

#### Empresa Asociada:



## Tribuna Abierta

# El reto del diálogo y el apoyo

Por GONZALO GAYO

**H**ay un profundo malestar en el campo valenciano frente a la Generalitat Valenciana, a la que los agricultores acusan de eludir su responsabilidad ante la COVID-19. Según los productores, el último decreto de medidas sanitarias ha colmado el vaso de la paciencia y de los costes, que se dispararán un 15% sin ayuda de ningún tipo.

Los agricultores piden diálogo, colaboración, ayudas y compromiso en el apoyo al campo en tiempos de pandemia. Dicen que solo reciben palmaditas en la espalda mientras los costes variables se disparan para hacer frente a las medidas de seguridad impuestas por la COVID-19. A ello se suma la batería de medidas fitosanitarias a las que tienen que hacer frente para contentar una normativa que emana de Bruselas, y que solo cumplen los agricultores europeos, mientras por la puerta de atrás se tiene la impresión de que se cuelan ingentes cantidades de productos de países terceros sin control fitosanitario de ningún tipo.

Los agricultores hablan en privado del enorme esfuerzo que está realizando el sector mientras los costes se disparan sin que la Generalitat mueva un dedo ni articule palabra de apoyo. Confiesan que poco esperan visto lo visto, con un incremento de las inspecciones fitosanitarias y laborales cuando se está dando todo a cambio de nada.

A los despachos de la Comisión Europea en Bruselas o del Palau de la Generalitat en Valencia no llega la sensación de abandono que sufren los agricultores y el profundo malestar en una cosecha histórica de ingratitudes.

Lo proclaman en privado y lo callan en público, dicen, para no ser carne de cañón en las inspecciones o en el reparto de las ayudas que al final nunca llegan. Su sorpresa es aún mayor cuando constatan la agilidad y el dispendio con el que se conceden ayudas de todo tipo a una industria que como la alemana ha recibido más de un billón de euros en créditos. Ni que decir de los miles de millones en créditos ICO que han inundado al turismo, servicios e industria mientras los productores agrícolas deben hacer frente a los gastos derivados de la pandemia y los añadidos en normativas fitosanitarias.

Es indudable que la agricultura valenciana requiere de ayudas directas a nuestros agricultores productores o en los almacenes para hacer frente a una campaña en la que hay mucho en juego, con seguridad y sin más sobrecostes. Bastante hace un sector que está garantizando una alimentación saludable y de calidad a millones de europeos desde el esfuerzo y la dedicación de las mujeres



Los agricultores piden diálogo, colaboración, ayudas y compromiso en el apoyo al campo en tiempos de pandemia. / GG

y hombres del campo español sin que se dediquen a la especulación como otros hacen sin pudor ni mesura.

Las asociaciones valencianas de agricultores han tomado cartas en el asunto. Tanto es así que la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) y La Unió de Llauradors i Ramaders rechazan de manera conjunta la resolución aprobada por las consellerías de Sanidad y Agricultura dirigida a establecer medidas adicionales para la prevención y control del COVID-19 en el sector agrario porque “la Generalitat Valenciana elude su responsabilidad ante las próximas campañas de recolección y decide cargar con sobrecostes económicos y más burocracia a los agricultores”.

La agricultura es el comer y el vivir saludablemente. Es ofrecer los mejores frutos de la naturaleza y sorprende que algunos no lo han entendido. No es un sector más. Ni menos. Es un sector vital.

Dicen desde La Unió y AVA que la resolución de la Generalitat, publicada en el DOGV, obliga a los titulares de explotaciones que van a realizar una contratación de trabajadores temporeros en la vendimia —ya iniciada desde la semana pasada— y en la inminente recolección de cítricos, kakis y otros productos valencianos a llevar a cabo una labor excepcional de información y de registro de datos personales. Estas instrucciones, que acarrearán duras sanciones en caso de incumplimiento, se suman a otras medidas de seguridad ya contempladas contra la pandemia que en otras temporadas españolas ha supuesto un encarecimiento del 10-15% de los costes de producción.

Los productores denuncian que las medidas anunciadas no han contado ni siquiera con el diálogo que reclamaba el sector. Las dos principales organizaciones agrarias valencianas reprochan a la vicepresidenta y consellera de Igualdad y Políticas Inclusivas, Mónica Oltra, que no haya aceptado la solicitud de una reunión en las últimas semanas, con la asistencia de la consellera de Agricultura, Mireia Mollà, para abordar y consensuar las medidas a adoptar a fin de evitar contagios en el campo con la llegada de temporeros procedentes de otras comunidades e incluso de otros países. Como en otros sectores de la actividad se llegaron a acuerdos desde el Gobierno, empresarios y trabajadores.

Tanto el presidente de La Unió, Carles Peris, como el presidente de AVA, Cristóbal Aguado, han dicho basta a quienes pretenden arruinar el esfuerzo de un año en las campañas de recolección en marcha. Afirman en un rotundo comunicado que “el Consell ha optado por volver a actuar de espaldas al sector agrario, por quitarse las pulgas y pasar el marrón a los agricultores en un tema tan sensible como es la COVID-19. Ni ha aceptado nuestra reivindicación de hacer pruebas PCR a los temporeros que van a venir a la agricultura valenciana —como sí han hecho otros gobiernos como La Rioja y Castilla y León— ni ha establecido compensaciones por todos los esfuerzos que van a soportar los empresarios agrarios y que agravan la ya de por sí precaria rentabilidad de sus explotaciones”.

Más claro, agua. Y si no escuchan a ambas asociaciones de agricultores en su comunicado dirigido a la Generalitat: “La Administración solo sirve si es capaz de solucionar los problemas y en este caso lo único que ha hecho es trasladarlos a los agricultores como si saliera gratis, sin ayuda y sin reconocimiento. Hay que recordar que el sector agrario ha mantenido durante toda la pandemia un comportamiento ejemplar, que no ha habido graves casos de afección de COVID-19 en el campo valenciano y que no ha parado para abastecer a la sociedad de alimentos en cantidad y calidad. Creemos que ahora no nos merecemos este desprecio y abuso”.

A estas alturas y en las actuales circunstancias solo recordar que los responsables públicos cobran su salario para resolver problemas desde el diálogo. Resuelvan pues, y cuanto antes, mejor; y de paso agradezcan el esfuerzo que supone para nuestros agricultores que no falte el abastecimiento en los lineales de la alimentación desde el primer día de la pandemia. Frente al “abuso y el desprecio”, diálogo y apoyo antes de que sea demasiado tarde.

#### LA PLANTA BAJA

LUISFU



# Agrocomercio

## El valor de la exportación hortofrutícola cae un 5,5% en julio

Fepex apunta que las importaciones han mostrado una evolución positiva salvo en el mes de enero

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El valor de la exportación española de frutas y hortalizas frescas descendió en julio un 5,5% con relación al mismo mes de 2019, totalizando 810 millones de euros, mientras que la importación creció un 12%, sumando 205 millones de euros, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, procesados por Fepex. En volumen ocurrió lo mismo, las exportaciones españolas bajaron un 13% con 879.857 toneladas y las importaciones subieron un 4% hasta 204.636 toneladas.

**En volumen, las exportaciones españolas bajaron un 13% y las importaciones subieron un 4%**

El retroceso de la exportación española en volumen ya venía produciéndose desde el mes de mayo, con lo que, en el acumulado de enero a julio, los resultados son negativos, con un 5%



**La tendencia a la baja de los volúmenes exportados por España se compensaba con un valor creciente, tendencia que se ha roto en julio, según evidencia Fepex en los datos de aduanas analizados. / ARCHIVO**

menos en volumen, totalizando 8 millones de toneladas. El valor ha crecido en todos los meses ex-

cepto en julio, de forma que en el acumulado se han alcanzado 9.374 millones de euros, un 5%

más. En cuanto a la importación, ha mostrado una evolución positiva continua en todos los meses,

**El retroceso de la exportación española en volumen ya venía produciéndose desde el mes de mayo**

excepto en enero, tanto en volumen como en valor, de forma que, en el acumulado de enero a julio, la importación ha crecido un 5% en volumen y un 9% en valor, totalizando 1,9 millones de toneladas y 1.882 millones de euros respectivamente

### ■ PREOCUPACIÓN

Preocupa la tendencia a la baja de los volúmenes exportados por España, que se compensaba con un valor creciente, tendencia que se ha roto en el mes de julio, cuando el valor también ha descendido. En cuanto a la importación se observa un crecimiento en productos y calendarios coincidentes con la oferta española, presionando a la baja los precios de la producción nacional, según confirma Fepex.

## La Unió vuelve a detectar cítricos importados con pesticidas prohibidos en la UE

Las analíticas revelan la presencia de sustancias activas como la carbendazima o el propiconazol que no pueden emplear los agricultores europeos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Unió de Llauradors ha detectado, por segundo año consecutivo, la presencia de materias activas de pesticidas en los cítricos de Sudáfrica y países de Mercosur (fundamentalmente Argentina y Uruguay) cuyo uso está prohibido en la Unión Europea, tal y como revelan las analíticas efectuadas.

La organización ha procedido de nuevo a la compra en supermercados de la Comunitat Valenciana de cítricos procedentes de Sudáfrica y Mercosur —que son los que actualmente se pueden encontrar de forma generalizada— y los ha llevado a analizar a un laboratorio homologado.

Las pruebas analíticas son contundentes otra vez, y de las diez muestras analizadas, La Unió señala que el 40% contenía 1 o 2 materias activas prohibidas en la Unión Euro-

pea. Entre otras sustancias se encuentra la carbendazima ya detectada el año pasado, cuyo uso se encuentra prohibido en la UE desde junio de 2016; y como novedad se ha descubierto en esta ocasión también el propiconazol, cuyo periodo de gracia para su prohibición definitiva expiró también en marzo de este año.

La organización agraria destaca asimismo que en algunos de los cítricos analizados de un importante importador —limones de Argentina— hay hasta 11 materias activas de pesticidas, “lo que pone de manifiesto que son menos sostenibles desde el punto de vista medio ambiental que los nuestros. No se entiende además como los supermercados europeos limitan en teoría la presencia en sus frutas a 4 o 5 materias activas y los de allí contengan esa cifra tan elevada”.

La Unió insta de nuevo a importadores —la mayor parte de ellos de reconocido prestigio en el sector cítrico— y a las cadenas de distribución a que rechacen aquellos cítricos de sus proveedores que contengan materias activas de pesticidas que no se pueden emplear en el ámbito de la Unión Europea. Así, tanto los importadores como los supermercados darían muestra de sensibilidad hacia los agricultores valencianos, pero sobre todo ante los consumidores.

Carles Peris, secretario general de La Unió, lamenta los fallos en los controles que impiden detectar esas materias activas. “Nosotros, una organización agraria valenciana, con unas simples analíticas lo hemos visto fácil y sin embargo ni en frontera las autoridades comunitarias y las de los Estados miembros —lo que revela



**La Unió ha detectado por segundo año consecutivo cítricos importados en los lineales de supermercados con pesticidas prohibidos en la UE. / ARCHIVO**

falta de inspección y el coladero existente—, ni tampoco en controles internos de importadores y supermercados, se han dado cuenta”.

Peris indica que “se vuelve a demostrar con los resultados de las analíticas que estamos ante una situación de competencia desleal, discriminación y pérdida de competitividad para nuestros productores y también de fraude y burla para nuestros consumidores”. Así mismo apela a la reciprocidad porque “nosotros cultivamos bajo las normas más estrictas a nivel mundial, mientras otros ni son tan sostenibles ni seguros. No podemos consentir que entren cítricos importados de

países terceros con materias activas cuyo uso está prohibido en la Unión Europea”.

La organización agraria afirma que países como Sudáfrica utilizan estas materias activas, cuyo uso está prohibido en la citricultura europea, para conservar la fruta durante el transporte en sustitución del tratamiento en frío que es el que garantizaría eficazmente que no entraran organismos nocivos en nuestra citricultura como es el caso de la *Thaumatococcus leucocotreta*. “Y lo más lamentable de todo —asevera Peris— que cuentan con el beneplácito de las autoridades europeas que no hacen nada por evitarlo”.

■ A 26 SEPTIEMBRE

## Exportados 935.247 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2020/2021, a 26 de septiembre, se han enviado a países terceros, en exportación (714.454) y reexportación (220.793), un total de 935.247, según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2019/2020, a 28 de septiembre de 2019, lo exportado eran 801.199 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 20/21		Campaña 19/20	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Albania			5.400	
Andorra	41.716		35.985	
Cabo Verde	10.107		21.678	35.653
Canadá	40.198	22.950	25.651	
Costa de Marfil		4.787		2.592
Emiratos Árabes Unid	6.587		2.030	
Gabón				4.738
Gibraltar	18.823	6.256	20.852	2.916
Guinea	3.300			
Guinea Ecuatorial	15.507	27.998	5.926	27.110
Kazajistán	3			
Mali		9.777		6.985
Marruecos	38	52	280	
Mauritania	31	257	65	500
Noruega	61.431		1.056	8.960
Qatar	1.256		2.752	
Rep. Centroafricana		24.165	1.500	9.650
Serbia	162.200		21.120	
Suiza	353.258	124.551	360.296	196.604
Togo				810
Ucrania				90
<b>Por variedades (Kg):</b>				
Clausellina	130		73	
Satsuma	250.619	9	68.860	
Clementina	72.130	692	109.099	108
Clementina hoja	4.392		28.387	
Otras mandarinas	5.148	7.611	1.607	3.271
Nadorcott	300	35.213		80
■ TOTAL MANDARINAS	332.718	43.525	208.026	3.459
Navelina	24.391	2.865	25.772	
Navel	2.157		1.914	2.294
Navel Late	3.545	257	1.929	28.895
Salustiana	332		1.962	
Valencia Late	109.920	55.954	90.726	10.298
Verna	516	9	182	
Otras	32.531	9.537	15.414	32.442
Barberina	252	47	144	3.513
■ TOTAL NARANJAS	173.644	68.668	138.044	77.442
■ TOTAL LIMONES	207.697	103.190	159.247	205.998
■ TOTAL POMELOS	395	5.359	170	8.809



Actualizadas las normas de coordinación de los procedimientos de gestión de crisis de los programas operativos (PO) de las organizaciones de productores de frutas y hortalizas (OPFH). / ARCHIVO

## El FEGA publica las normas sobre gestión de crisis para organizaciones hortofrutícolas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. El Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA) ha publicado en su página web una actualización de las normas de coordinación de los procedimientos de gestión de crisis de los programas operativos (PO) de las organizaciones de productores de frutas y hortalizas (OPFH).

La circular explica que su objeto es garantizar la aplicación armonizada de la normativa comunitaria sobre las medidas de gestión de crisis aplicables en el sector hortofrutícola.

Respecto a las retiradas, el documento fija las actua-

ciones y trámites previos a la realización de las operaciones, concreta los procedimientos de coordinación necesarios para la ejecución de los controles y establece los controles de primer y segundo nivel que deben realizarse.

En cuanto a la cosecha en verde y renuncia a efectuar cosecha, el FEGA precisa la información mínima que debe contener la notificación de las operaciones y las condiciones que deben reunir dichas operaciones para que no se derive de su aplicación ninguna repercusión negativa fitosanitaria o para el medio ambiente.



Durante el seminario, Citrosol presentó sus dos recubrimientos vegetales para cítricos ecológicos. / CITROSOL

## Citrosol imparte en Egipto un seminario sobre su modelo de éxito en 'postcosecha de precisión'

La compañía valenciana ha mostrado en El Cairo su amplio y completo catálogo de soluciones para el sector

### ► CITROSOL.

La compañía valenciana ha presentado en El Cairo sus dos nuevos recubrimientos vegetales para cítricos ecológicos, en el marco de un seminario en el que ha mostrado el valor de su know how para aportar herramientas eficaces al sector. Soluciones que van desde el desverdizado pasando por el control del podrido o la limpieza y desinfección, entre otras. En definitiva, un completo catálogo para disminuir pérdidas alimentarias y mermas en destino y lograr que los cítricos egipcios lleguen con toda su calidad a sus lejanos mercados con la 'postcosecha de precisión' de Citrosol.

El AEC (Agriculture Export Council) de Egipto es un organismo público que reúne anualmente a empresas y profesionales del sector agrícola para participar en un seminario técnico en el que es una compañía invitada la protagonista de impartir todo el seminario. En la edición de este año esa compañía ha sido la española Citrosol.

Los responsables del departamento de Internacional de la firma valenciana han desarrollado en este seminario, Citrus Postharvest Seminar celebrado a finales de septiembre en la ciudad de El Cairo (Egipto), una amplia temática que ha ido desde el desverdizado, control del podrido, aplicación de recubri-

mientos y ceras, limpieza y desinfección hasta tratamientos de química verde y recubrimientos vegetales.

"El desverdizado ha generado mucho interés, ya que un buen manejo es clave para evitar problemas", explica Raúl Perelló, "a veces ocurren por un mal control como, por ejemplo, un exceso de etileno.

En Egipto están empezando a desverdizar y nuestra presentación les ha aportado una nueva perspectiva".

Este evento sirve de foro para el intercambio de ideas y conocimiento y para abordar desde diferentes ángulos los desafíos a los que se enfrenta la postcosecha de cítricos. Entre el público profesional asistente han destacado en número los responsables de calidad de las centrales cítricas —amén de representantes de organismos públicos de investigación— preocupados también en estos tiempos COVID por cuestiones relacionadas con la limpieza y desinfección de sus almacenes.

"Los mercados cada vez son más exigentes en cuanto a residuos y número de fungicidas, motivo por el que cada día es más relevante seguir un buen plan de limpieza y desinfección con el que mantener buenas eficacias en control de podrido. Citrosol aporta mucho know how en este sentido", añade Perelló.

### ■ NUEVOS RECUBRIMIENTOS VEGETALES PARA AGRICULTURA ECOLÓGICA

Los tratamientos alternativos y recubrimientos vegetales han sido otro foco de interés durante este seminario internacional. En este sentido Citrosol ha presentado dos novedades como son sus recubrimientos vegetales certificados como ecológicos: Plantseal y Plantseal shine free.

Ambos recubrimientos vegetales para cítricos orgánicos mejoran notablemente la vida comercial gracias al control de la pérdida de peso y, además, protegen frente al manchado por daño por frío.

Plantseal controla la pérdida de peso de cítricos en una escala superior a otros recubrimientos. Proporciona a la fruta un excelente brillo natural y ralentiza la aparición de los síntomas de senescencia de los frutos. Además, no ocasiona malos sabores o ennegrecimientos de la pulpa.

En cuanto a Plantseal shine free es una gran innovación de la compañía de La Safor: la fruta no parece encerada y de ahí su nombre "shine free". Este recubrimiento controla la pérdida de peso de los cítricos y retrasa los síntomas de envejecimiento de los frutos. Plantseal shine free es ideal para fruta desverdizada, ya que permite que el fruto siga cambiando de color.



Las charlas de Citrosol han aportado una nueva perspectiva a los citricultores egipcios en la desverdización. / CITROSOL

Como consecuencia de la NO renovación de la autorización del Propiconazol en la UE, la Comisión Europea ha notificado a la Organización Mundial de Comercio la modificación de los Límites Máximos de Residuos (LMR) del Propiconazol al valor de su límite de detección (0,01 mg/kg). La fecha propuesta para su entrada en vigor es agosto de 2021.



En **CITROSOL**, desde hace 8 años, controlamos con éxito el podrido de los cítricos **SIN utilizar PROPICONAZOL**.



El Sistema CITROSOL Vertido Cero® garantiza una eficacia constante en el tratamiento, manteniendo inalterada la eficacia del caldo recién preparado.



## OPINIÓN

# Una buena ocasión para una buena Ley



Por CIRILO ARANDIS (\*)

El sector productor de alimentos es uno de los más importantes en nuestro contexto social. Y digo esto porque según datos del Ministerio de Agricultura, la producción primaria en 2019, es decir, la suma de la producción vegetal y animal, es escasamente de casi 50.000 millones de euros. Y digo escasamente al compararla con el PIB español, que para ese mismo año superó los 1,2 billones de euros. Pero si bien este valor no parece decir mucho en el peso global de la economía española, poco más del 4% del PIB, lo cierto es que la actividad del campo es el elemento impulsor de toda una economía, la del sector agroalimentario, la cual se ha mostrado como imprescindible durante el confinamiento consecuencia de la presencia del coronavirus.

Todos nos hemos preguntado en algún momento, qué hubiera pasado durante esta primavera de 2020 si las estanterías de los supermercados y tiendas de alimentación no hubieran estado llenas. Es evidente que todos los eslabones de la cadena alimentaria han cumplido con su misión, y el suministro de alimentos no ha sido un problema. Pero también es cierto que sin la producción de alimentos, el resto de los actores del sector se queda sin gasolina. Más allá de los números, la producción de alimentos se ha mostrado como un sector estratégico, no por lo ya mencionado, sino también por las implicaciones sociales que conlleva. El mundo rural, lugar en el que se desarrolla esta actividad, es un ámbito vulnerable por sus propias características, motivo por el cual es merecedor de la atención de los distintos poderes públicos.

En un contexto global, en el que la volatilidad de los precios, además de la asimetría y el desequilibrio, son las características más evidentes, más allá de lo dispuesto en Bruselas, hay que decir que, de un tiempo a esta parte, desde nuestro Ministerio de Agricultura se está siendo sensible por este tema. Sin colores políticos, tanto Miguel Arias Cañete, Isabel García Tejerina, y el actual ministro, Luis Planas, han mostrado una especial sensibilidad por este tema. Decir lo contrario sería faltar a la verdad, lo cual no es argumento suficiente, para poner en evidencia que no siempre se ha acertado con las propuestas. La publicación del Real Decreto-ley 5/2020, es quizás un ejemplo de ello. Es una norma promovida con la mejor de las intenciones, pero que tiene un difícil encaje en algunos de sus puntos.

Quizás, el elemento más novedoso de esta nueva norma es la obligatoriedad de tener que introducir, en el texto de los contratos de compraventa formalizados a partir del día 26 de febrero

de 2020, el apartado j) del artículo 9.1. Así, de modo más concreto, en los citados contratos se debe de hacer "Indicación expresa de que el precio pactado entre el productor primario agrario, ganadero, pesquero o forestal o una agrupación de estos y su primer comprador cubre el coste efectivo de producción". Su incorporación al clausulado de los contratos es obligado, de tal manera que el hecho de no cumplir este precepto puede acarrear sanciones administrativas con la correspondiente sanción económica.

Legislar no es fácil, máxime cuando existe un amplio abanico de posibilidades y casuísticas sobre lo tratado, por lo que desde lo general, llegar a lo particular, es en ocasiones complicado. La exigencia de tener que respetar el coste efectivo de producción en el precio de los contratos agroalimentarios en la primera venta, y solo a los operadores españoles, supone una dificultad de encaje en un mercado globalizado. Su aplicación en el caso concreto de las relaciones socio-cooperativa, supone una serie de dificultades añadidas. No ya por la mayor o menor exactitud a la hora de calcular el coste efectivo de producción de cada uno de los socios, que de un modo u otro, con más o menos fiabilidad, se podría calcular, sino porque la entrada de la cosecha de un socio en el almacén de la cooperativa no es una venta. En todo caso, se trata de un depósito para una posterior venta en común.

Hay toda una amplia y basta bibliografía elaborada por eminentes intelectuales, juristas y catedráticos sobre la definición de una cooperativa y su modo de actuar. Pero en esencia, sí que puedo decir que una cooperativa es una entidad creada por los productores y controlada democráticamente por ellos mismos, donde los retornos disponibles,

**"La actividad del campo es impulsora de toda una economía, la del sector agroalimentario"**

**"El RDL 5/2020 es una norma promovida con la mejor de las intenciones, pero con difícil encaje"**

**"Con consenso, reflexión y voluntad de acuerdo, surgirá un texto para mejorar el sector"**

tras el pago del impuesto y la obligada dotación de fondos sociales, se reparten entre los socios, no en función del capital social que ostenten, sino en función de la actividad cooperativa efectivamente desarrollada. En consecuencia, es fácil entender que la cooperativa practica con sus socios actos de naturaleza diferente de los que practican las sociedades de capital con sus clientes y proveedores, siendo todas ellas legítimas. La cooperativa es solo un mero instrumento para la venta en común de la producción de los socios, por lo que estos no operan con la cooperativa, sino en la cooperativa.

El planteamiento inicial de los legisladores generaba profundas distorsiones en el funcionamiento natural de las cooperativas agroalimentarias, y que viene recogido en una "Ley de Cooperativas" nacional y en diecisiete leyes autonómicas. A modo de ejemplo, de aplicarse esa obligación de formalizar contratos con los socios debien-

do respetar el coste efectivo de producción, se daría la paradoja por la que debería percibir una mejor liquidación quien tuviera costes de producción más elevados. Esto iría contra la intención del legislador, el cual pretende dejar fuera del mercado a aquel que es menos competitivo. En todo caso, este escenario descrito es seguro que causaría frustración en los socios más competitivos y con explotaciones más eficientes.

El nuevo texto legislativo propuesto por el Gobierno, y ya remitido al Congreso de los Diputados, corrige el tiro. Así, esta Ley reformada propone que no tendrán la consideración de relaciones comerciales las entregas de producto que realicen los socios a la cooperativa que tengan más de diez socios, siempre que, en virtud de sus estatutos, vengan obligados a esta entrega. Además, no será necesaria la formalización por escrito de un contrato, siempre que los estatutos de la cooperativa establezcan, antes de que se realice la entrega de la cosecha, el procedimiento de determinación del valor del producto entregado por sus socios, y este sea conocido por los socios. Es decir, que se pone en valor los principios cooperativos y se vuelve al cauce normativo que nunca debió de abandonarse.

Desde el Ministerio de Agricultura se ha ejercido un extraordinario empeño en continuar con la exigencia, en los contratos, de la cláusula por la que el precio pactado respete el coste efectivo de producción. Pretender su eliminación sin más, es seguro que conllevará resistencias, con repercusión incluso en el plano político. Y no es porque su aplicación genere una serie de problemas de difícil resolución. Una solución que puede dejar a todos satisfechos es circunscribir esta exigencia a aquellos casos en los

que exista una imposición derivada de una situación de abuso por parte del comprador. Esta misma línea argumental, la de circunscribir excepciones a los casos de desequilibrio manifiesto en las posiciones negociadoras, son sobre las que se sustentan tanto el informe elaborado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia como la Directiva relativa a las Prácticas Comerciales Desleales, la cual debe de formar parte de la legislación española, a más tardar, el próximo 1 de mayo de 2021.

Insisto en la mejor intención de los legisladores para conseguir una mejor disposición negociadora del eslabón más débil de la cadena, así como para generar un contexto de riqueza creciente, con la publicación del RD-ley 5/2020. Pero esta norma era la respuesta a las diarias manifestaciones de los agricultores en toda España, por lo que primaron más las prisas que otra cosa. Además, fue una norma dictada sin las consultas ni el consenso necesario para limar las dificultades que se están encontrando, incluso de quienes la jalearon en los primeros momentos. Improvisación, celeridad y urgencia que tenían como fin, entre otros, apaciguar los ánimos de los manifestantes y que estos volvieran a casa.

Las prisas no son buenas consejeras, y es por ello por lo que parece como si solo se hubiera legislado para uno de los posibles escenarios en la relación comercial, obviando otros en los que esta norma más que ofrecer soluciones incrementa las dificultades. El caso de las cooperativas agroalimentarias es uno de esos escenarios no contemplados. Solo a partir del consenso, la reflexión y la voluntad de alcanzar acuerdos entre las partes implicadas surgirá un texto que pueda ser aprobado por las Cortes y que permita mejorar el sector, manteniendo la sensibilidad y el respeto hacia las particularidades propias de una fórmula como es el cooperativismo, de gran implantación y tradición en el sector, que cuenta con su propia legislación regulatoria y establece un marco de relaciones y obligaciones, al que cualquiera acogerse a la hora de constituir una empresa.

(\*) *Presidente Frutas y Hortalizas Cooperativas Agro-alimentarias*



Arandis destaca que las prisas no son buenas consejeras en un proceso como este. / ARCHIVO



# AgroFresh

Advancing the future of freshness™



## AgroFresh, soluciones eficaces para múltiples beneficios

Una amplia gama de soluciones, equipos y servicios postcosecha para ayudar a mantener la calidad de sus cítricos a través de la ciencia, experiencia y recomendaciones personalizadas.

Su fruta protegida durante el almacenamiento y transporte, conservando su calidad, sabor y apariencia, tal y como lo desean los consumidores.



# AgroFresh

Advancing the future of freshness™

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

#### DIRECTOR COMERCIAL:

**Sergio Aparicio**, Tel: 696 447 131, [saparicio@agrofresh.com](mailto:saparicio@agrofresh.com)

#### COMUNIDAD VALENCIANA Y CATALUÑA:

**Carlos García**  
Tel: 696 447 126  
[cgarcia@agrofresh.com](mailto:cgarcia@agrofresh.com)

**José Giner**  
Tel: 646 791 982  
[jginer@agrofresh.com](mailto:jginer@agrofresh.com)

#### ANDALUCIA Y EXTREMADURA:

**Daniel Fernández**  
Tel: 696 447 132  
[dpastrana@agrofresh.com](mailto:dpastrana@agrofresh.com)

**Francisco Cabezas**  
Tel: 696 447 130  
[fcabezas@agrofresh.com](mailto:fcabezas@agrofresh.com)

#### REGION DE MURCIA:

**Alvaro Payá**  
Tel: 696 447 132  
[apaya@agrofresh.com](mailto:apaya@agrofresh.com)

# Agrocultivos



Andalucía cuenta con una superficie dedicada a los cítricos de unas 85.200 hectáreas. / ARCHIVO

## Andalucía producirá más de 2,3 millones de toneladas de cítricos

La comunidad autónoma andaluza concentrará el 33,5% del total de la producción citrícola española en la campaña 20-21

### VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de Andalucía estima que en la campaña 2020-2021 la producción de cítricos superará un volumen de 2,3 millones de toneladas. En relación con el territorio nacional, la comunidad autónoma andaluza concentrará el 33,5% del total de la producción española, cuya cosecha se cifra en 6,9 millones de toneladas.

Por provincias, la Junta prevé que en Almería se recojan cerca de 213.500 toneladas; en Cádiz, 59.850 t; en Córdoba, casi 378.000 t; en Granada, 11.700 t; en Huelva, más de 578.100 t; en Málaga, cerca de 146.400 t; y en Sevilla, casi 934.500 toneladas.

El aforo de cítricos 2020-2021 elaborado por el Gobierno andaluz recoge también datos relativos a superficie, que ronda un total de 85.200 hectáreas sumando la superficie de naranja (57.500 hectáreas), mandarino (casi 20.000), limón (6.540) y otros cítricos (1.145).

En cuanto a la producción de las diversas variedades que se obtienen en Andalucía, destacan especialmente las naranjas dulces, que concentran el 72% de la cosecha (más de 1,6 millones de toneladas) y registran un incremento del 5,5% en comparación con el ejercicio 2019-2020.

A estos cultivos le siguen las mandarinas, que suponen el 22% (520.640 toneladas) y aumentan un 12% con respecto a la campaña anterior; y los limones, que rozan las 109.600 toneladas, con un aumento del 5%.

Además de estas frutas, el aforo contempla también datos de pomelo (20.790 toneladas) y otros cítricos (6.420 toneladas).

**La Consejería de Agricultura de Andalucía anuncia que incrementará los controles para evitar el 'corte en verde'**

Las previsiones de la Junta recogen también que la producción andaluza de naranjas supondrá, según los datos provisionales, el 48,3% del total nacional. Este porcentaje se situaría en el 22% en el caso de las mandarinas y en el 10,7% para los limones.

### NO CORTAR EN VERDE

El secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación, Vicente Pérez, presentó la semana pasada en Palma del Río (Córdoba) el aforo de producción citrícola para el ejercicio 2020-2021 y destacó que para esta temporada se espera obtener frutos "de alta calidad y gran calibre". De hecho, resaltó que "la excelencia de los cítricos de Andalucía" será la "característica que marque una campaña media en cuanto al volumen".

En su intervención, el representante del Gobierno andaluz hizo hincapié en que "no se debe recolectar en verde" y anunció que, para evitar esta práctica, la Junta de Andalucía intensificará los controles que realiza al respecto. "Vamos a perseguir que no se corte naranja que no reúna las condiciones necesarias", recalzó Vicente Pérez, que apuntó la relevancia de que los agricultores sean conscientes de que esta práctica "hace daño también al resto de productores".

Por otro lado, puso en valor las cualidades saludables de los cítricos poniendo como ejemplo a la naranja como "una importante fuente de vitamina C". Al respecto, Vicente Pérez recordó que este compuesto contribuye a que el cuerpo pueda "estar más preparado" para hacer frente a las enfermedades víricas que tradicionalmente tienen más incidencia en otoño e invierno.

### ELABORACIÓN DEL AFORO

Durante la presentación, Vicente Pérez recalzó que la Consejería de Agricultura elabora un informe lo más detallado posible, con información sobre variedades y provincias, por ejemplo, con el fin de ofrecer "una herramienta de gestión que sea de utilidad para los agricultores". En concreto, la elaboración del aforo de cítricos del Gobierno andaluz se realiza a partir de la visita y análisis de más de un millar de parcelas que reúnen una superficie de 4.526 hectáreas. Además, los técnicos toman en consideración las declaraciones de la Política Agrícola Común (PAC) para establecer la extensión que corresponde a cada una de las variedades.

Por otro lado, el Gobierno andaluz cuenta también con la colaboración de diversas organizaciones y entidades a las que el secretario general ha querido agradecer su labor. En el proceso de recogida de datos para el aforo cooperan tanto las Oficinas Comarcales Agrarias (OCA) y las delegaciones territoriales como entidades representativas del sector entre las que se encuentran las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH).

ALMERÍA	Aforo 2020-2021 (toneladas)
Naranja dulce	107.834
Mandarina	75.249
Limón	28.245
Pomelo	667
<b>TOTAL</b>	<b>213.474</b>

CÁDIZ	Aforo 2020-2021 (toneladas)
Naranja dulce	46.510
Mandarina	8.588
Limón	283
Pomelo	4.443
<b>TOTAL</b>	<b>59.850</b>

CÓRDOBA	Aforo 2020-2021 (toneladas)
Naranja dulce	366.973
Mandarina	6.555
Limón	133
Pomelo	4.172
<b>TOTAL</b>	<b>377.936</b>

GRANADA	Aforo 2020-2021 (toneladas)
Naranja dulce	10.259
Mandarina	468
Limón	816
Pomelo	96
<b>TOTAL</b>	<b>11.701</b>

HUELVA	Aforo 2020-2021 (toneladas)
Naranja dulce	250.269
Mandarina	321.325
Limón	3.410
Pomelo	2.987
<b>TOTAL</b>	<b>578.121</b>

MÁLAGA	Aforo 2020-2021 (toneladas)
Naranja dulce	52.545
Mandarina	17.968
Limón	74.346
Pomelo	1.434
<b>TOTAL</b>	<b>146.358</b>

SEVILLA	Aforo 2020-2021 (toneladas)
Naranja dulce	830.068
Mandarina	90.486
Limón	2.357
Pomelo	6.991
<b>TOTAL</b>	<b>934.456</b>

## La Red de Semillas de Aragón recibe el premio Medio Ambiente Rural

Tiene 130 socios y lleva más de una década recuperando variedades de hortalizas locales aragonesas

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Red de Semillas de Aragón ha recibido el Premio Aragón Medio Ambiente Rural 2020, que concede el Gobierno aragonés, por su trayectoria en la puesta en valor, recuperación y difusión de la cultura rural aragonesa mediante el uso, producción, mantenimiento y conservación de la biodiversidad agrícola.

Esta asociación lleva más de una década recuperando variedades locales por un proceso de mejora practicado por los hortelanos y agricultores a través de métodos tradicionales.

Mónica Herrera, Chema Alquézar, Geles Gracia y José Manuel Latorre, en representación de los socios de la Red de Semillas de Aragón y de todas las personas que han colaborado con ella desde su fundación, fueron los encargados de recoger el galardón.

hortalizas adaptadas al terreno y a las condiciones climáticas propias de cada zona de la comunidad de Aragón.



Representantes de la Red recogieron el premio. / JAVIER ORTEGA

Repartidos en todo el territorio aragonés, los miembros de la Red de Semillas, algunos de ellos organizados en grupos locales, dan a conocer la rica biodiversidad agrícola aragonesa a través de su participación en eventos como ferias, donde la Red invita a intercambiar semillas para descubrir variedades de hortalizas olvidadas.

Asimismo, organiza cada año la Feria Aragonesa de la Biodiversidad. También realiza trabajos de investigación mediante ensayos de variedades locales.

La Red de Semillas de Aragón contribuye a la conservación de la biodiversidad agrícola

En su discurso, agradecieron a todas las personas que guardaron las semillas y las transmitieron de generación en generación con mimo y cuidado, a todos los socios que han multiplicado y compartido las semillas, a los cocineros y restauradores que incorporan la biodiversidad cultivada en sus creaciones y establecimientos.

Los representantes de la asociación destacaron también el reto de seguir trabajando con apoyos institucionales para conseguir que la biodiversidad cultivada agrícola se siga defendiendo con el mismo ahínco que la natural, y que ambas son las dos caras de la misma realidad.

El acto fue presidido por el vicepresidente del Gobierno de Aragón, Arturo Aliaga; el consejero de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Joaquín Olona; la consejera de Ciencia, Universidad y Sociedad del Conocimiento, Maru Díaz, y la directora general de Cambio Climático y Educación Ambiental, Marta de Santos.

La Red de Semillas de Aragón cuenta actualmente con más de 130 socios, y promueve entre los hortelanos, tanto aficionados como profesionales, el cultivo, la multiplicación, la conservación y la reutilización de variedades tradicionales.

De esta forma, esta asociación da continuidad a la labor de selección y mejora in situ, en el propio campo, que solían desempeñar antes los agricultores. Esto ha permitido disponer de una multitud de



sanifruit.com

LA MARCA LIDER EN  
TRATAMIENTOS NATURALES  
Para una fruta saludable, natural  
y respetuosa con el medio ambiente



UN ABANICO DE SOLUCIONES  
ECOLÓGICAMENTE RESPONSABLES





# Cítricos: Análisis de campo

## ÍNDICE DE MADUREZ

CAMPAÑA 2020/2021  
COMPARACIÓN AÑO 2019  
SEPTIEMBRE. 4ª SEMANA

	2019	2020	DIF.	Parcelas
<b>■ GANDÍA</b>				<b>18</b>
Clausellinas	6,93	8,76	1,83	1
Satsumas	4,55	5,16	0,61	2
Marisol	6,23	7,79	1,57	5
Clementina	6,60	7,33	0,73	1
Navelinas	5,13	5,67	0,55	4
Orogros	8,80	10,11	1,31	1
Iwasaki	7,20			0
Clemenrubi	7,35	9,56	2,21	4
<b>■ VALENCIA-NORTE</b>				<b>31</b>
Clemenrubi	10,01	9,41	-0,60	4
Orogrande	7,73	8,72	0,99	3
Oronul	8,74	8,41	-0,33	2
Basol	9,76	10,15	0,39	1
Marisol	8,11	9,73	1,62	7
Arrufatina	10,87	12,58	1,71	2
Clem.Nules	6,15	7,54	1,39	10
Navelina		5,44		2
<b>■ VALENCIA SUR</b>				<b>51</b>
Clausellinas	8,58	6,21	-2,37	1
Satsumas	4,66	5,22	0,56	6
Marisol	6,69	8,25	1,56	4
Okitsu	6,74	7,76	1,02	7
Orogrande	5,22	7,18	1,96	6
Clem.Nules	5,12	6,58	1,46	4
Navelinas	3,44	5,69	2,25	5
New-Hall	4,23	4,67	0,44	1
Clemenson	9,29	9,05	-0,25	3
Arrufatina	6,79	9,34	2,55	6
Clemenrubi	7,28			0
Oronules	6,68	7,59	0,92	6
Iwasaki	8,86	7,78	-1,08	1
Mioro		6,52		1
<b>■ CASTELLÓN</b>				<b>47</b>
Marisol	6,03	7,34	1,31	12
Clem.Nules	4,65	7,02	2,36	12
Oronul	6,08	7,71	1,63	6
Navelinas	3,77	4,96	1,18	4
Arrufatina	7,44	10,62	3,18	7
Clemenpons	6,21	8,14	1,94	1
Clemenrubi	8,10	9,27	1,17	5
<b>■ ALICANTE</b>				<b>21</b>
Okitsu	5,82	5,74	-0,08	3
Orogrande		6,24		3
Clemenrubi	15,71	10,15	-5,56	2
Clemenvilla		4,14		1
Iwasaki	7,81	6,54	-1,27	1
Chislett	4,25	4,33	0,07	2
Navelina	5,81	4,48	-1,33	1
Lane Late	4,01	3,50	-0,51	4
Pomelo	3,99			0
Barnfield	3,43	4,58	1,14	1
Salustiana		57,91		1
Tarocco	2,17	2,69	0,52	1
Valencia Late	1,67	2,69	1,02	1
<b>■ HUELVA</b>				<b>7</b>
Oronules	8,29	8,21	-0,08	3
Clemenrubi	13,10	11,16	-1,94	1
Orogrós	7,58	13,20	5,62	1
Clemensoon	9,71	10,09	0,38	1
Iwasaki	7,80	10,68	2,88	1
<b>■ Total parcelas:</b>				<b>175</b>

FUENTE: Dirección Territorial de Comercio (SOIVRE-Valencia)

## CALIBRE (mm)

CAMPAÑA 2020/2021  
COMPARACIÓN AÑO 2019  
SEPTIEMBRE. 4ª SEMANA

	2019	2020	DIF.	Parcelas
<b>■ GANDÍA</b>				<b>18</b>
Clausellinas	67,67	66,00	-1,67	1
Satsumas	63,00	62,50	-0,50	2
Marisol	62,25	63,80	1,55	5
Clementina	66,00	66,00	0,00	1
Navelinas	74,00	75,00	1,00	4
Orogros	60,00	63,00	3,00	1
Iwasaki	59,00			0
Clemenrubi	62,75	58,25	-4,50	4
<b>■ VALENCIA-NORTE</b>				<b>31</b>
Clemenrubi	55,30	60,78	5,48	4
Orogrande	55,80	56,87	1,07	3
Oronul	56,60	58,15	1,55	2
Basol	51,40	54,00	2,60	1
Marisol	61,92	63,03	1,11	7
Arrufatina	59,80	61,20	1,40	2
Clem.Nules	53,81	54,28	0,47	10
Navelina		74,75		2
<b>■ VALENCIA SUR</b>				<b>51</b>
Clausellinas	55,70	63,30	7,60	1
Satsumas	55,82	58,55	2,73	6
Marisol	56,50	60,39	3,89	4
Okitsu	60,56	61,98	1,42	7
Orogrande	48,45	51,52	3,07	6
Clem.Nules	49,56	52,53	2,96	4
Navelinas	55,30	72,88	17,58	5
New-Hall	71,80	66,70	-5,10	1
Clemenson	55,57	58,03	2,47	3
Arrufatina	54,10	56,65	2,55	6
Clemenrubi	48,60			0
Oronules	50,56	53,23	2,67	6
Iwasaki	64,80	63,20	-1,60	1
Mioro		53,20		1
<b>■ CASTELLÓN</b>				<b>47</b>
Marisol	56,09	56,57	0,48	12
Clem.Nules	51,35	52,40	1,05	12
Oronules	53,65	55,65	2,00	6
Navelinas	64,50	71,45	6,95	4
Arrufatina	57,23	57,33	0,10	7
Clemenpons	53,70	58,70	5,00	1
Clemenrubi	53,78	57,16	3,38	5
<b>■ ALICANTE</b>				<b>21</b>
Okitsu	54,67	52,93	-1,74	3
Orogrande	48,28	52,10	3,82	3
Clemenrubi	54,67	61,50	6,83	2
Clemenvilla		49,30		1
Iwasaki	54,63	50,43	-4,20	1
Chislett	62,99	64,10	1,11	2
Navelina	68,90	63,10	-5,80	1
Lane Late	60,56	65,33	4,77	4
Pomelo				0
Barnfield	62,22	66,10	3,88	1
Salustiana		62,60		1
Tarocco	60,25	74,00	13,75	1
Valencia Late	56,50	55,60	-0,90	1
<b>■ HUELVA</b>				<b>7</b>
Oronules	57,87	55,97	-1,90	3
Clemenrubi	63,40	70,80	7,40	1
Orogrós	59,70	53,40	-6,30	1
Clemensoon	63,80	63,00	-0,80	1
Iwasaki	62,80	80,22	17,42	1
<b>■ Total parcelas:</b>				<b>175</b>

FUENTE: Dirección Territorial de Comercio (SOIVRE-Valencia)

## ZUMO (%)

CAMPAÑA 2020/2021  
COMPARACIÓN AÑO 2019  
SEPTIEMBRE. 4ª SEMANA

	2019	2020	DIF.	Parcelas
<b>■ GANDÍA</b>				<b>18</b>
Clausellinas	42,67	39,82	-2,85	1
Satsumas	42,00	39,42	-2,58	2
Marisol	44,50	41,09	-3,41	5
Clementina	35,00	37,02	2,02	1
Navelinas	26,75	29,48	2,73	4
Orogros	34,00	23,71	-10,29	1
Iwasaki	40,00			0
Clemenrubi	37,00	36,87	-0,13	4
<b>■ VALENCIA-NORTE</b>				<b>31</b>
Clemenrubi	59,99	48,00	-11,98	4
Orogrande	53,11	50,68	-2,43	3
Oronul	55,03	40,46	-14,57	2
Basol	58,83	53,73	-5,10	1
Marisol	43,15	50,36	7,21	7
Arrufatina	58,64	38,89	-19,75	2
Clem.Nules	41,62	45,26	3,65	10
Navelina		43,98		2
<b>■ VALENCIA SUR</b>				<b>51</b>
Clausellinas	42,78	56,18	13,40	1
Satsumas	48,97	50,88	1,92	6
Marisol	53,38	47,04	-6,34	4
Okitsu	49,90	49,04	-0,86	7
Orogrande	41,67	44,32	2,65	6
Clem.Nules	42,14	39,62	-2,51	4
Navelinas	30,17	43,61	13,44	5
New-Hall	32,10	43,01	10,91	1
Clemenson	52,56	45,57	-6,99	3
Arrufatina	47,33	46,57	-0,76	6
Clemenrubi	43,36			0
Oronules	45,63	44,30	-1,34	6
Iwasaki	50,86	51,07	0,22	1
Mioro		45,32		1
<b>■ CASTELLÓN</b>				<b>47</b>
Marisol	54,88	52,04	-2,83	12
Clem.Nules	46,48	45,77	-0,71	12
Oronules	58,05	52,22	-5,83	6
Navelinas	37,65	40,85	3,19	4
Arrufatina	54,88	45,71	-9,16	7
Clemenpons	53,40	43,00	-10,40	1
Clemenrubi	62,65	51,09	-11,56	5
<b>■ ALICANTE</b>				<b>22</b>
Okitsu	39,80	44,65	4,85	3
Orogrande	39,54	41,45	1,91	3
Clemenrubi	41,53	44,97	3,44	2
Clemenvilla		42,94		1
Iwasaki	29,46	42,86	13,40	1
Chislett	22,01	20,67	-1,35	2
Navelina	28,87	26,45	-2,42	1
Lane Late	24,07	22,65	-1,43	4
Pomelo	11,61	15,00	3,39	1
Barnfield	22,34	23,63	1,30	1
Salustiana		24,24		1
Tarocco	43,59	23,78	-19,81	1
Valencia Late	32,27	30,79	-1,48	1
<b>■ HUELVA</b>				<b>7</b>
Oronules	47,19	49,28	2,09	3
Clemenrubi	48,21	48,82	0,61	1
Orogrós	53,91	43,05	-10,86	1
Clemensoon	50,70	47,30	-3,40	1
Iwasaki	39,82	27,47	-12,35	1
<b>■ Total parcelas:</b>				<b>175</b>

FUENTE: Dirección Territorial de Comercio (SOIVRE-Valencia)

# INFOPOST



## GREEN LINE Natural protection

### Insumos para agricultura ecológica



Desde hace más de 10 años, Fomesa Fruitech cuenta con una Gama completa de productos de uso postcosecha que, con la denominación Green-Line, permite a los almacenes de confección de cítricos trabajar sin residuos fitosanitarios. Actualmente, además contamos dentro de esta Gama Green-Line con una serie de productos postcosecha certificados como insumos para la Agricultura ecológica. Seguimos avanzando por tanto para poner a disposición del mercado nuevos productos, mejores y más seguros, y con la tranquilidad de saber que tenemos respuesta para cualquier necesidad que pueda plantearse en la reducción de residuos sobre la fruta, ayudando a su vez a mantener un buen control de la fruta hasta la llegada de ésta al consumidor.



#### GREENCLEANER DETERGENTE CONCENTRADO DE APLICACIÓN POSTCOSECHA

Detergente concentrado para la limpieza y desinfección de frutas y hortalizas. Se puede aplicar tanto en balsa de inmersión como en lavadora en línea mediante cortina de espuma o barra de goteo.



#### GREENGARD-BN CONSERVANTE PARA FRUTAS Y HORTALIZAS

Tratamiento líquido 'FLOW' que se aplica en drencher y/o balsa que potencia la resistencia de la fruta a las pudriciones. Es de fácil utilización y se puede combinar con otros tratamientos.



#### GREENAD-AP COADYUVANTE TECNOLÓGICO

Coadyuvante tecnológico para el mantenimiento de aguas en contacto con frutas y hortalizas



#### FRUITCARE-PH TRATAMIENTO DE AGUAS

INFOPOST es una publicación mensual elaborada por Fomesa Fruitech, cuya intención es ayudar, asesorar y compartir conocimientos con los responsables en postcosecha de todos almacenes. En el último número de cada mes, el semanario Valencia Fruits publicará un extracto de las principales noticias recogidas en esta publicación.

Tratamiento del agua que se encuentra en contacto con la fruta en las centrales hortofrutícolas



#### GREENCARE-PH DESINFECTANTE EN INDUSTRIA ALIMENTARIA

Desinfectante de contacto de superficies y/o equipos, de uso en industria alimentaria. Aplicación exclusivamente profesional.



## En busca de tomates más sabrosos y resistentes a virus y al cambio climático

El proyecto europeo Harnesstom se desarrollará durante los próximos cuatro años y está coordinado desde Valencia

#### VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Conseguir tomates de más calidad, con más sabor y más resistentes contra nuevos virus y enfermedades emergentes, además de con mayor resistencia a las nuevas condiciones derivadas del cambio climático es el objetivo del proyecto europeo Harnesstom coordinado desde Valencia.

Lo lidera el Instituto de Biología Molecular y Celular de Plantas (IBMCP), centro mixto de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV) y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), y también participa el Instituto COMAV de la UPV, según un comunicado del centro universitario.

El proyecto, coordinado por el profesor de investigación del CSIC en el IBMCP Antonio Granell, reúne a 22 instituciones de siete países, entre las que se encuentran pymes, compañías tecnológicas, empresas de cultivo, ONG y asociaciones de agricultores, así como diversas instituciones académicas.

Harnesstom (*Harnessing the value of tomato genetic resources for now and the future*) se desarrollará durante los próximos



El tomate es una hortaliza ampliamente cultivada, pero muy vulnerable a las enfermedades emergentes y al cambio climático. / ARCHIVO

cuatro años, con un presupuesto de 8,07 millones de los que 7,04 los financia el Programa Marco de Investigación e Innovación de la Unión Europea (Horizonte 2020) y el resto, empresas participantes y el Gobierno de Taiwán.

“Se trata de una iniciativa de una gran importancia para un cultivo como el tomate” ya que “permitirá ofrecer al mercado soluciones para que este cultivo

resista a algunos de los nuevos virus que le amenazan, como el virus rugoso del tomate (ToBRFV), así como a los desafíos del cambio climático”, según Granell.

Además, “reúne a todos los agentes para que los resultados de los laboratorios se transfieran al mercado: desde nosotros, investigadores, hasta asociaciones de productores, empresas, ONG...

Todo con un objetivo: que el tomate que llegue a nuestra mesa sea mejor, en todos los sentidos”.

El tomate es una hortaliza ampliamente cultivada y consumida, pero con una diversidad genética reducida y, por tanto, muy vulnerable a las enfermedades emergentes y al cambio climático.

#### El incremento del uso de recursos genéticos resulta clave para la seguridad alimentaria y para conseguir un producto final de mayor calidad

“Afortunadamente, es rico en recursos genéticos y se dispone de información suficiente para superar esas dificultades. Harnesstom trata de demostrar que el incremento en el uso de los recursos genéticos resulta clave para la seguridad alimentaria y conseguir un producto final de mayor calidad”, ha sostenido Antonio Granell.

De esta manera y aprovechando el gran esfuerzo realizado recientemente en varios proyectos financiados por la UE para conectar fenotipos/genotipos, Harnesstom recopilará, centralizará y normalizará esta gran cantidad de información para que, de una manera sencilla, pueda ser usada por diferentes tipos de usuarios.

Asimismo, desarrollará cuatro programas de preproducción; el primero, para introducir re-

sistencias contra las principales enfermedades emergentes, y el segundo, buscará la mejor adaptación del tomate al cambio climático.

El tercer programa de preproducción estará destinado a la mejora de la calidad y el cuarto buscará aumentar la resiliencia del tomate tradicional europeo mediante el mejoramiento participativo.

Por la Universidad Politécnica de Valencia participa también el Instituto Universitario de Conservación y Mejora de la Agrodiversidad Valenciana (COMAV), que tiene un banco de germoplasma con una de las mayores colecciones de material genético de tomate y parientes silvestres, clave para lograr variedades más resistentes a enfermedades emergentes.

El proyecto pretende involucrar a agricultores, consumidores, chefs creadores de tendencias y universidades en actividades para el diseño de estrategias innovadoras que, en última instancia, darán como resultado materiales de cultivo adaptados localmente.

El proyecto cuenta con otros cinco socios en España: el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrícolas (IVIA), el Centro Tecnológico Nacional Agroalimentario Extremadura (CTAEX), Fundación Cajamar de la Comunidad Valenciana, la Asociación de Productores y Comercializadores de la Tomata de Penjard'Alcala de Xivert y Enza Zaden Centro de Investigación.

El consorcio de Harnesstom lo completan otras quince entidades de Bulgaria, Francia, Italia, Israel, Países Bajos y Taiwán.



# DO Melocotón de Calanda

SAMUEL SANCHO / Presidente del Consejo Regulador de la DOP Melocotón de Calanda

## “Esperamos una cosecha que, si todo va bien, puede acercarse a los cuatro millones de kilos certificados”

Samuel Sancho avanza que la cosecha de Melocotón de Calanda DO será muy similar a la del año pasado, alrededor de los 4 millones de kilos. No es un año fácil para la promoción sin ferias y eventos físicos debido al coronavirus, pero la DOP se seguirá con sus acciones en televisión, radio y sobre todo en las redes sociales para llegar más a la gente joven, y con el objetivo de seguir enseñando a distinguir lo que es el verdadero melocotón de Calanda.

▶ JAVIER ORTEGA. ARAGÓN. Valencia Fruits. ¿Qué previsiones de cosecha tienen para esta campaña?

**Samuel Sancho.** Esperamos una cosecha normal, muy similar a la del año pasado. Si todo va bien y la climatología nos respeta, podremos acercarnos a los cuatro millones de kilos. Por ahora, salvo en algún sitio muy puntual, no hemos tenido ningún incidente climatológico importante, no ha habido ni pedrisco ni heladas.

**VF.** Esta va a ser una campaña marcada por el coronavirus. ¿Cómo les ha afectado?

**SS.** Comenzamos con incertidumbre sobre la mano de obra para las tareas de aclarado y embolsado, debido a los problemas de movilidad durante el estado de alarma. Al final salvamos el problema al dejarnos entrar los hijos-discontinuos. Para la recolección el 50% es gente de la zona más los hijos discontinuos y los rumanos que se han sumado de otras zonas. Aunque justitos, vamos a afrontar la campaña.

**VF.** También se ha incrementado el número de jóvenes.

**SS.** Sí, son estudiantes que han estado todo el vera-



Samuel Sancho confirma que la demanda nacional ha incrementado y los precios están siendo buenos. / VF

“Debido al coronavirus hemos tenido, al principio, algún problema de mano de obra que, aunque muy ajustado, lo hemos solucionado para la recolección”

no trabajando en tareas del campo y en las cooperativas hasta que han comenzado el curso. La falta de mano de obra inicial procedente de otros países, debido a los problemas de movilidad, así como el creciente interés de los jóvenes en conseguir un trabajo para el verano, ha hecho que se haya incrementado el número de personas del territorio contratadas en esta campaña.

**VF.** ¿La actual situación, puede influir en las exportaciones?

**SS.** Hemos notado mucha demanda nacional, pero no descuidamos las exportaciones y las mantenemos sobre todo en mercados europeos.

**VF.** Creo que tenían previsto asistir a una feria en Asia

**SS.** Teníamos planeado ir a una feria que se celebra en Asia a ver qué posibilidades teníamos de exportar, de abrir nuevos mercados. Pero la pandemia no nos ha permitido asistir. A ver si el año que viene podemos ir.

**VF.** ¿Cómo han quedado los intentos de llevar melocotones a Hong-Kong?

**SS.** Hace unos años lo intentamos, algunas empresas

“Seguimos analizando nuevas variedades para mejorar la genética y ver si resultan válidas para su implantación”

enviaron pequeñas partidas pero encontramos dificultades en el transporte, a la hora de controlar la temperatura y las condiciones en que llegaba el producto, por lo que paramos la experiencia, aunque no desistimos en volver a intentarlo.

**VF.** ¿Qué tienen previsto respecto a promociones y la asistencia a ferias y eventos?

**SS.** Este año no va a haber presencia física en ferias y eventos debido al coronavirus. Pero seguimos con las promociones en televisión, radio y sobre todo en las redes sociales para llegar más a la gente joven.

**VF.** Siguen con la campaña para informar al consumidor.

**SS.** Para educarlo, para enseñarle a que sepa distinguir lo que es el verdadero melocotón de Calanda, pues aún siguen dándose algunos casos de fraude en que los venden como si fueran de la denominación.

**VF.** ¿Cómo va la investigación en nuevas variedades?

**SS.** Es un proceso lento, que comenzamos hace unos años y que sigue su curso. Es un proyecto a medio y largo plazo, no para ahora. Trabajamos con el CITA (Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón) y se están analizando nuevas variedades para mejorar la genética y comprobar si resultan válidas para su implantación.

**VF.** ¿Cómo están siendo los precios?

**SS.** Similares a los del año pasado, que fueron buenos, pero algo mejores.

**VF.** ¿Ha influido el coronavirus en el consumo?

**SS.** Hemos notado más demanda por parte de los consumidores, pues al estar más tiempo en casa se ha incrementado el consumo de frutas y verduras

**VF.** La denominación se creó en 1999, ¿qué balance hacen de estos más de 20 años? ¿Creen las incorporaciones de agricultores?

**SS.** Año tras año se incorporan a la DOP agricultores nuevos, pero son jóvenes que toman el relevo de sus padres. En este sentido, las altas y bajas son más bien pocas. Desde el Consejo Regulador invitamos a los productores que no están en la DOP a que participen, se incorporen y se aprovechen y saquen rendimiento de las ventajas que tiene estar dentro. Siempre hacemos un llamamiento a la unidad, pues es muy importante que estemos todos juntos, que retemos en la misma dirección.

**La Chipranesca, S.C.L.**  
O.P.F.H. n° 302

**la Chipranesca** **Melocotón de Calanda AUTÉNTICO**  
GLOBALG.A.P. BRC

MELOCOTÓN, NECTARINA, PARAGUAYO, ALBARICOQUE, CEREZA, CIRUELA, PERA

*La Chipranesca, la fruta más fresca*

Tel. 976 63 72 40 • Fax 976 63 72 04 Paraje "LA SARDA", s/n  
E-mail: frudecas@lachipranesca.com 50792 CHIPRANA Zaragoza  
[www.lachipranesca.com](http://www.lachipranesca.com)

**valencia fruits** Diseña campañas a su medida en nuestro servicio de información multimedia

Tel.: 96 352 53 01 [www.valenciafruits.com](http://www.valenciafruits.com)  
[info@valenciafruits.com](mailto:info@valenciafruits.com)

**CONSULTE NUESTRAS OPCIONES**

**FRUMA**

ACETE de BAJO ARAGÓN  
CONSEJO REGULADOR DENOMINACIÓN DE ORIGEN Melocotón de Calanda

**FRUTICOLA MAELLANA, Sociedad Cooperativa Limitada**  
Barrio de San Sebastián, s/n. • 50710 MAELLA (Zaragoza)  
Tel. 976 63 81 65 • Fax 976 63 87 59 • [www.fruma.es](http://www.fruma.es)

ALBERTO TABERNER / Director general de Frutas Taberner

# “Creemos en lo que hacemos, continuamos apostando por nuevas variedades”

Con estas palabras Alberto Taberner, director general de Frutas Taberner, incide en uno de los aspectos más determinantes de esta empresa: apostar por nuevas variedades. En clave general, el desarrollo de la campaña de verano y de melocotón de Calanda, y en clave particular, las novedades y objetivos de la empresa son otros temas que comenta Taberner.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

**Valencia Fruits.** Bajo su experiencia, un análisis de la campaña de verano...

**Alberto Taberner.** En clave de precio, la campaña de verano empezó entre un 10% y 20% inferior en relación a la campaña pasada; descenso que se acentuó a partir de mediados de agosto.

En clave producción, nos hemos movido alrededor del mismo volumen de producción de la temporada pasada, aunque el cambio climático ha anticipado la producción y los kilos serán prácticamente los mismos.

Añadir que sumamos nuevas hectáreas año tras año e incorporamos aquellas nuevas variedades con mayor sabor y durabilidad que sustituyen a otras ya obsoletas. Y siempre hablamos de cosecha propia en una zona productora, la del Bajo Aragón-Caspe, que destaca por presentar una fruta con altos niveles de azúcar, consistencia y color, muy superiores a otras zonas productoras tempranas.

“Producimos unos seis millones de kilos al año de fruta de producción propia”

“Entre otras innovaciones, esta campaña hemos incorporado en campo un sistema antigranizo”

**VF.** ¿Cómo está funcionando la campaña de melocotón de Calanda?

**AT.** Este año los precios están recompensando el esfuerzo del producto. Por volumen de producción, disponemos de una cantidad similar a la pasada campaña.

**VF.** ¿Cómo reparten su producción entre el mercado nacional y la exportación?

**AT.** El melocotón amarillo embolsado, ya sea de DO Melocotón de Calanda o no, tiene gran aceptación en el mercado nacional. Nuestra producción de embolsado, que empieza en junio y termina a finales de octubre, se queda en el país. En cambio, no sucede lo mismo con el resto de productos que sí exportamos en un alto porcentaje. Poco a poco nos hemos hecho un hueco en el mercado internacional donde nuestro albaricoque es una “joyica” en las fruterías de centro de Europa. Este reconocimiento nos ha permitido incluir la nectarina y el paraguayo en toda Europa, productos de gran aceptación por su sabor y calidad.

**VF.** ¿Han implantado alguna novedad?

**AT.** Entre otras innovaciones, esta campaña hemos probamos un sistema antigranizo con la previsión de incorporar otros la próxima campaña.

**VF.** ¿Qué objetivos se plantean?

**AT.** En la línea de los últimos años nuestro objetivo es conti-



Alberto Taberner destaca que su empresa fue una de las socias fundadoras de la Denominación de Origen del Melocotón de Calanda. / ARCHIVO

nuar creciendo sin abandonar nuestras reseñas de calidad.

Remarca que somos socios fundadores del campo de ensayo comarcal y también de la Denominación de Origen del Melocotón de Calanda.

**VF.** Para finalizar, ¿cómo presentaría Frutas Taberner a un operador que no les conozca?

**AT.** Resaltaría que somos una empresa familiar capaces de adaptar las nuevas tecnologías

a la forma de trabajo tradicional respetando el medio ambiente. Producimos unos 6 millones de kilos de fruta al año de producción propia entre albaricoque, melocotón amarillo embolsado, nectarina y paraguayo. Y añadiría que nuestro propósito va encaminado hacia la calidad del producto, queremos ofrecer lo mejor del campo a nuestros clientes para que puedan disfrutar de la fruta como se merecen.

## Una denominación con vocación exportadora

Cada año se embolsan a mano 250 millones de melocotones

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Los productores de la Denominación de Origen Protegida Melocotón de Calanda se extienden por los 45 municipios de la comarca del Bajo Aragón, entre las provincias de Teruel y Zaragoza, están en plena cosecha.

La campaña 2020, marcada por la COVID-19, se prolongará hasta la primera semana de noviembre en que se recogerán los melocotones más tardíos, los de Calanda y Alcañiz.

No ha habido incidencias climatológicas graves, ni heladas ni

pedriscos, salvo en algunos sitios puntuales como Mazaleón.

De hecho, Mazaleón ha sido uno de los municipios más afectados por la tormenta de granizo y viento huracanado que se registró el pasado 4 de junio y que ha reducido la cosecha hasta el cincuenta por ciento.

La tormenta causó graves daños en el melocotón que ya se encontraba embolsado y en avanzado proceso de maduración.

Un duro golpe teniendo en cuenta que el 60% de la población de Mazaleón depende en mayor o

menor grado del melocotón. Su cooperativa está conformada por 152 socios.

Por lo demás, en la DOP esperan una cosecha “normal” tirando a buena, similar a la del año pasado y, si la climatología acompaña, podrían alcanzarse los cuatro millones de kilos certificados. Es decir, melocotones que pasan los controles y requisitos que marca el Consejo Regulador. Pero en toda la zona del Bajo Aragón, la producción es mucho

(Pasa a la página siguiente)



Las bolsas son de papel parafinado, traslucido y transpirable. / ARCHIVO



¡UY!

## Lo mejor no podemos enseñártelo.

Pero tú sí que puedes descubrirlo. Ve a tu frutería, híncale el diente a uno de nuestros melocotones y verás qué sabor tan de **D.O.P. Melocotón de Calanda**.

Así, sin tapujos.

Y si quieres ver mucho más entra en [www.melocotondecalanda.com](http://www.melocotondecalanda.com)



D.O.P.  
Melocotón de  
Calanda



Diputación  
de Teruel

## Una denominación...

(Viene de la página anterior)

mayor y puede llegar a los 25 millones de kilos.

Se trata de un cultivo del que viven muchas familias y se extiende por unas 2.500 hectáreas de las que 1.300 pertenecen a la Denominación de Origen.

La DOP se creó en 1999 por los productores de la zona para proteger unas pioneras técnicas de cultivo que dan como resultado un producto de mayor calibre y mejor calidad.

### ■ ACLAREO Y EMBOLSADO

En mayo se realiza el aclareo, una práctica con la que se elimina el 70% de los frutos que existen en el árbol para que cada unidad se desarrolle a una distancia de 20 centímetros.

Se trata de una práctica con la que se consigue un fruto más carnoso y de mayor volumen, con un diámetro de 73 milímetros como mínimo.

En los meses de junio y julio se lleva a cabo el embolsado, que se realiza de forma manual. Cada melocotón es protegido con una bolsa de papel parafinado, traslúcido y transpirable.

Cuenta con unos pequeños oficios en la parte inferior que tienen como finalidad conseguir no solo que el agua de lluvia pueda penetrar, sino también que el melocotón respire durante el proceso de maduración.

El objetivo del embolsado es crear un microclima individual con el que se produce un fruto totalmente natural, limpio, con una maduración uniforme y con las características organolépticas que convierten en único al melocotón de Calanda. Además, cada pieza está protegida así de efectos meteorológicos y de plagas, con lo que además se reduce de forma notable el uso de fitosanitarios. Se estima que cada campaña se embolsan casi 250 millones de melocotones.

Estas tareas, más la recolección, que también se realiza de forma manual, y las labores en almacenes y cooperativas, hacen que durante los meses de mayo a noviembre en el conjunto de las explotaciones frutícolas del Bajo Aragón se empleen hasta unas 3.000 personas.

Esta campaña ha habido problemas de contratación debido al coronavirus y las restricciones de movilidad,



El objetivo del embolsado, un proceso totalmente manual, es crear un microclima individual para cada fruto. / ARCHIVO

pues muchos de los temporeros extranjero no pudieron regresar de sus países. Por eso, se ha incrementado el porcentaje de personas de la zona, entre el 50 y el 60%, incluidos jóvenes estudiantes, que se han dedicado a estas tareas.

### ■ MERCADOS

La producción de melocotón de Calanda tiene como destino principal el mercado nacional, máxime este año en que la demanda interna se ha incrementado. Las principales plazas son Madrid, Cataluña, País Vasco, Cantabria y la Comunidad Valenciana.

No obstante, la DOP tiene vocación exportadora y mantiene su presencia internacional.

Actualmente se exporta alrededor del 24% de la producción, que viaja esencialmente a la Unión Europea, con Alemania a la cabeza, pero también a Francia, Italia, Reino Unido o Suiza, entre otros países.

El Consejo Regulador considera que lo ideal sería elevar ese porcentaje hasta el 40%, algo que no resulta fácil.

Por ejemplo, en 2016 se intentó llegar al mercado asiático, a través de Hong Kong, ya que esta región china presenta menos trabas burocráticas y administrativas que el resto



La zona de la DOP se extiende por 45 municipios del Bajo Aragón. / J. ORTEGA

del país. Se realizaron unos envíos de prueba, pero resultó muy complicado, al no poder obtener datos de cuánto, cómo y en qué condiciones se había realizado el viaje y la entrega. El melocotón apenas tiene unos dos o tres días de vida.

En cualquier caso, el reto del sector sigue siendo alcanzar el 40% de la internaciona-

La producción del melocotón de Calanda tiene como destino principal el mercado nacional, pero también se envía una parte a la exportación, a países de la UE con Alemania a la cabeza, seguida de Francia e Italia.

lización. Para ello, se trabaja con dos marcas, Melocotón DOP Export y Autum Peach, que permiten a los productores salir del país con unos mismos precios y condiciones. La primera exporta fruta certificada y la segunda, se impulsó hace un par de campañas para sacar melocotón de variedades tempranas sin certificar.

### ■ PRESTIGIO Y CALIDAD

Sea en el exterior o en el mercado nacional, el melocotón de Calanda tiene una reconocida fama y prestigio de calidad.

Y para preservar ese prestigio nació hace más de 20 años la Denominación de Origen, cuyo Consejo Regulador vela por su identidad territorial y por su calidad diferenciadora.

Sin embargo, cada año se detecta algún caso de fraude en algún punto de venta que oferta melocotones como si fueran de la DOP sin serlo.

Para ello, la denominación trabaja en concienciar a los consumidores y recordarles que existen distintivos claramente diferenciadores que permiten distinguir el auténtico Calanda del fraude. Su olor, su tamaño —más de 73 mm de diámetro—, su color (amarillo crema y el amarillo pajizo), son señales de identidad, pero lo que no deja lugar a duda es su etiqueta negra numerada, con la que el consejo regulador certifica el producto.

Hay que recordar también que el melocotón de Calanda se comercializa desde mediados de septiembre hasta finales del mes de octubre. Así que si el consumidor lo encuentra antes de esa fecha, debe desconfiar.

El Consejo Regulador activa una campaña de divulgación sobre la autenticidad de su producto, haciéndola coincidir con los meses en los que su consumo es óptimo. Firmada por la agencia valenciana Montaña Studio, propone reducir el fraude descubriendo el auténtico fruto al desnudo, y educando al consumidor sobre sus extraordinarias cualidades, derivadas de un minucioso sistema de cultivo altamente regulado.

### ■ NUEVAS VARIEDADES

Desde hace años la DOP trabaja en la mejora genética del melocotón. Lo hace de la mano de un equipo multidisciplinar del que forman parte el CITA, el Centro de Transferencia Agroalimentaria; la Estación Experimental Aula Dei del Consejo Superior de Investigaciones Científicas y la Universidad de Zaragoza.

El fin que se persigue es conseguir variedades más productivas, que alcancen el nivel deseado de azúcares, que se mantenga con mayor firmeza en el árbol y que sean más resistentes a anomalías físicas características de este tipo de fruta dulce.

El proyecto comenzó en 2007 y en estos años se han seleccionado 25 árboles de diferentes familias con los que se han realizado diferentes cruzamientos de los que ya están realizando las primeras evaluaciones.

El paso siguiente será su ensayo en parcelas para analizar cómo se comportan agrónomicamente.

**Rosan, S.C.**  
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS

**OFICINAS:**  
Calle Collado, 4  
44621 MAZALEÓN (Teruel)

**ALMACÉN:**  
Paraje La Sarda, s/n  
50792 CHIPRANA (Zaragoza)

Tels: 976 637 444 • 616 301 989 • 610 471 381  
E-mail: rubenjuan1979@hotmail.com

Melocotón de Calanda  
PRODUCCIÓN INTEGRADA ARAGÓN  
GLOBALG.A.P.

Frutas **TABERNER** COSECHA PROPIA

Melocotón de Calanda  
CONSEJO REGULADOR DENOMINACIÓN DE ORIGEN

C/ Estiu, s/n. 50793 Fabara, Zaragoza • 976 635 227 www.frutastaberner.com

# Agrocotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 24 de septiembre de 2020, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	1,90
Aguacate	2,00
Almendra	3,80
Pomelo	1,30
Avellana	3,30
Caqui	2,50
Carambolas	5,00
Castañas	5,50
Cerezas	8,00
Cocos	0,60
Membrillo	2,50
Dátiles	3,20
Feijoa	4,00
Higos	2,80
Chumbos	4,00
Frambuesas	7,00
Grosellas	13,00
Kiwis	3,00
Lichis	3,00
Lima	8,00
Limón	1,05
Fresa	6,00
Fresón	4,75
Granada	1,50
Mandarina Clementina	1,80
Satsuma	1,50
Otras	1,35
Mangos	2,00
Maracuyá	4,40
Melón Galia	0,95
Amarillo	0,50
Piel de Sapo	0,70
Otros	0,60
Moras	7,50
Nashi	0,80
Nectarina Blanca	1,20
Amarilla	1,20
Níspero	1,70
Nueces	3,50
Olivas	3,80
Papayas	3,50
Pera Blanquilla	1,30
Verano	1,15
Invierno	2,20
Temprana	1,90
Piña	1,30
Pitahaya	5,50
Plátanos Canario	1,50
Importación	0,85
Manzana Bicolor	1,20
Amarilla	1,20
Verde	1,30
Roja	0,85
Otras	1,40
Melocotón Amarillo	1,40
Rojo Pulpa Blanca	1,10
Rojo Pulpa Amarilla	1,50
Ciruela	1,20
Uva Blanca	1,10
Negra	1,05
Rambután	5,00
Sandía con semilla	0,55
Sin semilla	0,85
Naranja	1,15
Chirimoya	2,70
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	1,20
Ajo Seco	2,70
Tierno	0,75
Apio	0,65
Acelgas	0,50
Batata	1,00
Borraja	1,00
Brócoli	1,70
Brecol	0,95
Calçots	0,07
Calabaza	1,00
Calabacín	1,10
Cardo	0,65

Alcachofa	3,00
Cebolla Seca	0,35
Figuera	0,90
Tierna	0,60
Pepino	0,90
Col Repollo	0,70
Bruselas	1,30
Lombarda	0,40
China	1,10
Coliflor	1,10
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,55
Larga	0,40
Otras	0,50
Endibia	0,90
Escarola	0,75
Espárragos Blancos	4,50
Verdes	1,25
Espinaca	0,75
Haba	0,70
Hinojo	0,65
Perejil	0,40
Judía Bobi	4,30
Perona	5,50
Fina	3,50
Otras	1,60
Nabo	0,80
Zanahoria	0,50
Patata Blanca	0,40
Roja	0,55
Pimiento Lamuyo	1,20
Verde	1,20
Rojo	1,50
Guisante	3,00
Puerro	1,10
Rábano	0,45
Remolacha	0,60
Tomate Maduro	0,80
Verde	1,10
Chirivía	1,50
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	1,70
Rovellón-Niscalo	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 22 al 25 de septiembre de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Ciruelas	1,10
Higos	3,70
Limonas	1,20
Manzana Golden	0,95
Otras	2,50-2,40
Melocotones Duros	0,75-0,80
Melón Piel de Sapo	1,25
Pera Blanquilla	0,75
Sandías	1,40
Uva Moscatel Romano	0,75
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas	1,90-1,75
Cebollas Grano de Oro	0,36
Judías Verdes Perona	3,30-3,50
Lechugas	0,71-0,70
Patatas Calidad	0,25
Pepinos	1,40-1,35
Pimientos Verdes	1,30-1,35
Tomate Maduro	0,65-0,80
Verde	1,70
Zanahorias	0,35

### Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 14 al 20 de septiembre de 2020. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,18
Almendras	9,98
Caqui / Persimon	1,80
Ciruela	1,30

Chirimoya	2,06
Coco	2,20
Dátil	5,20
Fresa / Fresón	4,50
Granada	1,50
Higo Fresco	3,75
Kiwi / Zespri	3,15
Lima	2,50
Limón	1,18
Mandarina Clementina / Fortuna / Nadorcott	1,57
Satsuma / Okitsu / Clausellina / Rufina / Chupi	1,35
Mango	2,29
Manzanas O.V. / Pink Lady	2,65
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,29
Starking / R. Chief / Gloster / Galaxia	1,33
Reineta / Canadá Gris	1,75
Granny Smith	1,78
Royal Gala / Cardinale	1,28
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,70
Melocotón / Baby Gool	1,95
Melón / Galia / Coca	0,65
Membrillo	0,81
Naranja Salustiana	1,37
Navel	1,53
Valencia Late / Miaknight	1,45
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,57
Nectarina	1,63
Nuez	3,95
Papaya	3,50
Paraguayo	1,90
Pera Blanquilla o Agua	1,33
Ercolini / Etrusca	1,42
Limonera	1,00
Conferencia / Decana	1,31
Piña	1,34
Plátano	1,63
Banana	0,88
Pomelo / Rubi Start	1,20
Sandía	0,68
Uva	1,79
Otros Frutos Secos	13,31
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,82
Ajo Seco	2,68
Tierno / Ajete	6,00
Alcachofa	1,87
Apio	1,09
Batata / Boniato	1,15
Berenjena	1,07
Brócoli / Brecol	2,32
Calabacín	1,28
Calabaza / Marrueco	0,79
Cebolla / Chalota	0,41
Cebolleta	0,92
Champiñón	1,91
Col Repollo	0,52
China	1,50
Lombarda	0,75
Coliflor / Romanescu	0,96
Endivia	2,07
Espárrago Verde	4,50
Espinaca	1,83
Judía Verde Fina (Brasileña)	3,36
Boby / Kora / Striki	2,40
Perona / Eida / Sabinal / Emerite	1,79
Lechuga O.V.	0,56
Cogollo	1,65
Iceberg	0,82
Maíz	1,75
Pepinos	1,09
Pimientos Verdes	1,93
Pimiento Verde	0,99
Rojo (Asar)	1,38
Puerro	1,22
Rábano / Rabanilla	2,02
Remolacha	1,60
Seta	3,29
Tomate O.V.	1,25
Cherry	2,07
Daniela	1,02
Zanahoria	0,63
Hierbabuena	1,50
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,45
Añeja	0,27

### Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 21 al 25 de septiembre de 2020, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	3,95
Aguacate Fuerte	3,45
Hass	6,95
Otras Variedades	2,95
Almendra	1,50
Cacahuete	1,65
Carambola	2,95
Castaña	2,45
Chirimoya Otras Variedades	3,95
Ciruela Golden Japan y Songold, Amarilla	1,30
Otras Familia Black, Roja	1,15
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nour	14,45
Fresón Otras Variedades	11,95
Granada Otras Variedades	1,75
Guayaba/o Otras Variedades	1,61
Higo Chumbo	2,03
Seco	2,20
Verdal	2,95
Kaki / Caqui Otras Variedades	2,45
Rojo Brillante o Persimon	2,45
Kiwi KIWIGOLD	5,70
Pulpa Verde	4,15
Limón Fino o Primafiori	0,89
Otras Variedades	0,86
Verna	0,86
Mandarina Clemenlate	2,05
Clemenule	2,05
Clemenvilla o Nova	2,05
Ortanique	2,05
Manga Kent	3,08
Mango Tommy Atkins	1,82
Manzanas Fuji	1,15
Golden	1,75
Granny Smith	1,75
Otras Variedades	1,65
Reineta	1,85
Royal Gala	1,55
Starking o Similares	1,75
Melocotón Baby Gold, Amarillo	1,90
Merryl y Elegant Lady, Rojo	1,90
Otras Variedades	1,90
Melón Amarillo	0,95
Galia	0,97
Otras Variedades	1,90
Piel de Sapo y Similares	1,15
Membrillo Común	1,75
Naranja Lane Late	1,94
Navel	1,92
Navel Late	1,91
Navelina	1,90
Otras Variedades	1,93
Valencia Late	1,94
Nectarina Carne Amarilla	2,05
Negra Blanca	2,05
Nuez	4,95
Papaya Grupo Solo y Sunrise	3,20
Papayón (2-3 kg/ud)	2,21
Pera Agua o Blanquilla	1,45
Conferencia	1,35
Ercolini / Morettini	1,75
Limonera	1,40
Otras Variedades	1,35
Piña Golden Sweet	4,12
Plátanos Canarias Primera	1,15
Canarias Segunda	0,95
Canarias Extra	1,25
Pomelo Amarillo	1,60
Rojo	1,60
Sandía con Semilla	0,85
Sin Semilla	0,80
Uva Blanca, Otras Variedades	1,55
Negra, Otras Variedades	2,05
Red Globe, Roja	1,75
Zapote	2,45
Resto de Frutas	0,95
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	1,45
Ajo Blanco	2,35
Morado	2,65

Tierno o Ajete	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	0,99
Berros	1,30
Boniato o Batata	1,60
Brócoli, Brecol o Brócoli	2,20
Calabacín Blanco	2,09
Verde	0,35
Calabaza de Invierno	0,55
De Verano	0,75
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,77
Morada	0,95
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	1,45
Repollo Hojas Rizadas	1,44
Coliflor	0,91
Endivia	0,95
Escarolas Rizada o Frisée	1,52
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Roja	2,50
Verde	3,50
Haba Verde o Habichuela	3,30
Hinojo	2,45
Judía Verde Boby	6,49
Verde Elda	3,95
Verde Otras Variedades	3,58
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,33
Maíz o Millo	0,73
Nabo	0,95
Pepino Corto o Tipo Español	0,55
Largo o Tipo Holandés	1,08
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,30
Otras Variedades	0,80
Rojo Lamuyo	1,00
Verde Italiano	1,40
Verde Padrón	2,79
Puerro	0,82
Rábano y Rabanilla	0,15
Remolacha Común o Roja	0,75
Seta Champiñón	1,95
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,15
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	1,37
Liso Rojo Canario	1,25
Otras Variedades	0,35
Zanahoria o Carlota Nantesa	1,73
Jengibre	2,65
Ñame o Yame	2,95
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,15
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel)	Euros/kg
Blanca, Otras Variedades	0,55
Blanca Spunta	1,31
Otras Variedades	1,05
Roja, Otras Variedades	0,95

### Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 21 al 27 de septiembre de 2020, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	1,00
Aguacate Fuerte	3,00
Hass	2,60
Otras Variedades	1,60
Caqui Otras Variedades	2,60
Rojo Brillante o Persimon	2,40
Sharoni	0,73
Chirimoya Fina de Jete	1,77
Otras Variedades	1,53
Ciruela Golden Japan y Songold, Amarilla	1,60
Otras Familia Black, Roja	1,50
Otras Variedades	1,60
Red Beauty, Roja	1,12
Santa Rosa, Roja	0,65

MERCADOS NACIONALES

**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 14 al 20 de septiembre 2020. Precios origen. Semana 38/2020.

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

**LIMÓN**

**Limón Fino 1 corte: 0,54-0,60 €/Kg. Valor medio: 0,57 €/Kg.**

Arranca la campaña 2020/2021 con el inicio de la recolección de los primeros **limones finos** que después del desverdizado llegarán al mercado a finales de septiembre / inicio de octubre. La previsión inicial de cosecha de AILIMPO, confirmada por los datos oficiales del Ministerio y las Comunidades Autónomas, confirman un aumento de cosecha global de **limón Fino** en un porcentaje del 14%, que permitirá a **España** consolidar la posición en el mercado. La enorme incertidumbre del COVID-19, y su potencial impacto en el consumo y en la propia actividad aconsejan extremar la prudencia de todo el sector, evitar la especulación, e intentar trazar una campaña plana y estable con cotizaciones adecuadas que permitan mantener un buen ritmo de corte semana a semana, evitando la acumulación de fruta.

En origen, la campaña se inicia con cotizaciones de referencia en la modalidad de "1 corte" que corresponden a **limones** comerciales con más de 58 milímetros.

Desde AILIMPO se recuerda la obligatoriedad de los cuadernos de campo, la importancia de disponer de certificaciones de calidad de las fincas GlobalGAP y Grasp, así como que los tratos se deben formalizar con el contrato tipo oficial publicado en el BOE, que permite cumplir con la Ley 12/2013 de la Cadena, tanto en el contenido mínimo del contrato (con mención especial a que el precio debe cubrir los costes efectivos de producción específicos de cada operación), como en lo relativo a los plazos de pago y la retención de la extensión de norma para financiar la campaña de promoción.

GUÍA PARA LA CONTRATACIÓN DE LIMONES PARA FRESCO											
Contrato Tipo Homologado de AILIMPO publicado en el BOE											
ESQUEMA GENERAL DE FUNCIONAMIENTO. SALVO ACUERDOS DE LAS PARTES INTRODUCIENDO OTRAS CONDICIONES											
TIPO	SUB-TIPO	OBJETO	RODEOS	SEGUNDOS	SUELO	PRECIO	CLIMAT.	PLAGAS	MERCADO	MINORACIONES	CITRINA
A NILON	COMER.	LIMONES DE COSECHA COMERCIALES CON UN CALIBRE DETERMINADO COMERCIAL	NO	NO	NO	€/KILO	VENDEDOR	VENDEDOR	COMPRADOR	TANTO ALZADO + ESPECIFICADAS (1)	NO
	TODO LIMÓN	LIMONES DE COSECHA COMERCIALES TODOS LOS CALIBRES COMERCIALES	NO	NO	NO	€/KILO	VENDEDOR	VENDEDOR	COMPRADOR	TANTO ALZADO + ESPECIFICADAS (1)	NO
	JUDO LIMÓN A LIMPIA	LIMONES DE COSECHA TODOS LOS CALIBRES	NO	NO	NO	€/KILO	VENDEDOR	VENDEDOR	COMPRADOR	NO	SI
POE TANTO O "A TANTO ALZADO"	POE TANTO O "A TANTO ALZADO"	LIMONES DE COSECHA TODOS LOS CALIBRES	NO	NO	NO	€	COMPRADOR	VENDEDOR	COMPRADOR	NO	SI

Coco Otras Variedades.....	1,00
Dátil Deglet Nour.....	3,50
Otras Variedades.....	3,00
Granada Grano o Mollar de Elche.....	1,00
Mollar de Játiva o Mollar Valencia.....	1,15
Otras Variedades.....	0,96
Higo Verdal.....	2,40
Otras Variedades.....	2,85
Kiwi Kivigold.....	5,80
Pulpa Verde.....	3,20
Lima Mejicana (Ácida).....	2,60
Otras Variedades.....	0,60
Persian (Ácida).....	1,17
Limón Fino o Primafiori.....	0,80
Otras Variedades.....	0,49
Verna.....	0,85
Mandarina Clausellina.....	1,40
Clemenule.....	1,45
Clemenule o Nova.....	1,38
Hernandina.....	2,10
Otras Variedades.....	1,39
Mango Otras Variedades.....	1,76
Manzanas Fuji.....	1,40
Golden.....	0,85
Granny Smith.....	1,44
Otras Variedades.....	2,02
Pink Lady.....	2,48
Royal Gala.....	1,00
Melocotón Andross, Amarillo.....	0,45
Baby Gold, Amarillo.....	1,60
Otras Variedades.....	0,78
Melón Amarillo.....	0,51
Otras Variedades.....	0,93
Piel de Sapo y Similares.....	0,81
Membrillo Común.....	0,86
Naranja Lane Late.....	1,45
Navel.....	1,32
Otras Variedades.....	1,50
Valencia Late.....	0,95
Nectarina Carne Amarilla.....	1,71
Carne Blanca.....	1,40
Nuez.....	3,60
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	3,50
Otras Variedades.....	3,80
Paraguay Ufo 4.....	1,50
Pera Agua o Blanquilla.....	1,70
Conferencia.....	1,20
Ercolini / Morettini.....	0,97
Otras Variedades.....	0,84
Piña Golden Sweet.....	1,22

Piña Otras Variedades.....	1,36
Pitahaya o Pitaya Amarilla.....	8,00
Plátano Americano o Banana.....	0,73
Canarias 1º.....	1,20
Canarias 2º.....	0,80
Canarias Extra.....	1,60
Macho.....	1,35
Pomelo Rojo.....	1,33
Sandía con Semillas.....	0,22
Sin Semillas.....	1,00
Uva Aledo, Blanca.....	1,25
Blanca Otras Variedades.....	1,37
Italia o Ideal Moscatel, Blanca.....	1,00
Negra Otras Variedades.....	1,54
Red Globe, Roja.....	1,00
Sin Semilla Blanca.....	1,55
Sin Semilla, Negra.....	1,82
Victoria, Blanca.....	0,99
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelga de Hojas Lisas, Verde.....	0,60
Hojas Rizadas, Lyon.....	0,60
Ajo Blanco.....	3,20
Morado.....	3,19
Tierno o Ajete.....	2,00
Alcachofa Blanca de Tudela.....	2,50
Apio Verde.....	0,50
Berenjena Morada.....	0,95
Otras Variedades.....	0,40
Boniato o Batata.....	0,70
Brócoli o Brócoli o Brecol.....	2,00
Calabacín Otras Variedades.....	0,45
Verde.....	0,85
Calabaza de Invierno.....	0,52
De Verano.....	0,50
Otras Variedades.....	0,60
Cardo.....	0,80
Cebolla	
Blanca Dulce Fuentes de Ebro.....	0,37
Grano de Oro o Valenciana.....	0,33
Morada.....	0,40
Otras Variedades.....	0,50
Cebolleta o Cebolla Tierna.....	2,10
Chirivía.....	1,00
Col Hojas Lisas.....	0,70
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,50
Otras Variedades.....	0,53
Repollo Hojas Rizadas.....	0,70
Coliflor.....	1,50
Endivia.....	2,20
Escarola Lisa.....	0,50

Rizada o Frisé.....	0,60
Espárrago Verde o Triguero.....	3,60
Espinaca.....	0,80
Haba Verde o Habichuela.....	0,60
Jengibre.....	2,47
Judía Verde Fina.....	1,39
Otras Variedades.....	5,96
Verde Perona.....	2,23
Lechuga Cogollo.....	2,10
Hoja de Roble.....	1,00
Iceberg.....	1,00
Otras Variedades.....	0,60
Romana.....	0,40
Maíz o Mollo.....	0,51
Nabo.....	1,00
Pepino Corto o Tipo Español.....	0,80
Otras Variedades.....	1,40
Perejil.....	0,60
Pimiento Amarillo, tipo California.....	1,20
Otras Variedades.....	0,96
Rojo California.....	0,92
Rojo Lamuyo.....	1,85
Verde Italiano.....	1,10
Verde Padrón.....	2,79
Puerro.....	1,00
Remolacha Común o Roja.....	0,60
Resto de Hortalizas.....	0,60
Seta Cardo.....	2,64
Champiñón.....	1,86
Otras Variedades.....	2,52
Tomate Asurcado Verde Raf.....	2,18
Cherry.....	0,60
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta.....	1,39
Liso Rojo Pera.....	1,43
Liso Rojo Rama.....	1,54
Liso Verde Mazarrón.....	1,04
Liso Verde Rambo.....	1,26
Muchamiel.....	1,71
Otras Variedades.....	1,44
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,50
Zanahoria o Carlota en Rama.....	0,50
Carlota Nantesa.....	0,55
Otras Variedades.....	0,65
<b>PATATAS Euros/kg</b>	
Blanca Otras Variedades (Confec.).....	1,20
Blanca Otras Variedades (Granel).....	0,55
Blanca Spunta (Confec.).....	1,00
Blanca Spunta (Granel).....	0,45
Otras Variedades (Granel).....	0,45
Roja Otras Variedades (Confec.).....	0,45
Roja Otras Variedades (Granel).....	0,50

**Mercamadrid**

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 22 al 25 de septiembre de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

<b>FRUTAS Euros/kg</b>	
Ciruelas.....	2,75
Higos.....	3,00
Limonas.....	1,10
Manzanas Golden.....	0,95
Roja.....	1,30
Melocotones Duros.....	2,15
Melón Piel de Sapo.....	0,85
Peras Blanquilla.....	1,45
Sandías.....	0,30
Uva Moscatel Romano.....	1,30
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Berenjenas.....	1,40
Cebollas Grano de Oro.....	0,37
Judías Verdes Perona.....	3,10
Lechugas.....	0,44
Patatas Calidad.....	0,35
Pepinos.....	1,50
Pimientos Verdes.....	1,20
Tomates Verdes.....	0,80
Zanahorias.....	0,40

**Mercamurcia**

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 21 de septiembre de 2020. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A. Precio frecuente.

<b>FRUTAS Euros/kg</b>	
Agua fuerte.....	2,80
Hass.....	2,20
Otras Variedades.....	2,60
Castañas.....	4,25
Chirimoya Fina de Jete.....	1,80
Otras Variedades.....	2,15
Ciruela Santa Rosa, Roja.....	1,00
Otras Variedades.....	1,10
Coco en Seco (caja 10-14 p).....	0,80
Dátil Deglet Nour.....	3,00
Medjool.....	5,50
Otras Variedades.....	4,25
Fresón Otras Variedades.....	4,25
Granada Otras Variedades.....	1,25

Higo Verdal.....	1,80
Chumbo.....	1,80
Otras Variedades.....	1,30
Caqui / Kaki Sharoni.....	2,40
Rojo Brillante o Persimon.....	1,25
Kiwi Pulpa Verde.....	2,50
Otras Variedades.....	2,25
Lima Mejicana (Ácida).....	2,80
Limón Verna.....	0,45
Fino o Primafiori.....	0,40
Rodrejo.....	0,55
Mandarina Otras Variedades.....	1,00
Mango Haden.....	1,90
Tommy Atkins.....	2,00
Manzanas Golden.....	0,90
Starking o similares.....	0,90
Granny Smith.....	1,15
Royal Gala.....	1,00
Otras Variedades.....	1,15
Melocotón Baby Gold, Amarillo.....	1,50
Calanda, Amarillo.....	1,80
Melón Piel de Sapo (y similares).....	0,55
Membrillo Común.....	0,70
Naranja Valencia Late.....	1,20
Otras Variedades.....	1,40
Nectarina Otras Variedades.....	1,00
Nuez.....	3,50
Papaya Otras Variedades.....	3,90
Paraguay Otras Variedades.....	1,40
Pera Ercolini / Morettini.....	1,15
Agua o Blanquilla.....	0,95
Limonera.....	0,90
Conferencia.....	0,90
Piña Golden Sweet.....	1,40
Otras Variedades.....	0,95
Pitahaya o Pitaya Roja.....	4,75
Plátanos Canarias Extra.....	1,60
Canarias 1º.....	1,30
Canarias 2º.....	1,15
Americano o Banana.....	0,75
Macho.....	1,10
Pomelo Rojo.....	1,10
Sandía sin Semillas.....	0,60
Uva Red Globe, Roja.....	1,10
Sin Semillas, Negra.....	1,00
Victoria, Blanca.....	1,10
Sin Semillas, Blanca.....	1,15
Tamarindo.....	2,40
Resto de Frutas (Injoles).....	1,40
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelga Hojas Lisas, Verde.....	0,55
Ajo Blanco.....	2,40
Tierno o Ajete.....	4,25
Morado.....	3,25
Otras Variedades.....	2,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	3,20
Otras Variedades.....	3,00
Apio Verde.....	0,50
Amarillento.....	0,55
Berenjena Morada.....	1,50
Otras Variedades.....	1,00
Boniato o Batata.....	0,75
Brócoli/Brecol.....	1,80
Calabacín Verde.....	1,00
Calabaza de Verano.....	0,90
Otras Variedades.....	0,75
Cebolla Grano de Oro o Valenciana.....	0,38
Babosa.....	0,33
Morada.....	0,55
Blanca Dulce de Ebro.....	0,85
Tierna o Cebolleta.....	0,75
Chirivía.....	0,95
Col Repollo Hojas Rizadas.....	0,65
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,55
Coliflor.....	1,40
Endivia.....	2,10
Escarola Rizada o Frisé.....	1,90
Lisa.....	1,90
Espárrago Verde o Triguero.....	2,70
Espinaca.....	1,50
Judía Verde Fina.....	3,00
Boby.....	3,80
Perona.....	2,60
Lechuga Romana.....	0,45
Iceberg.....	0,65
Cogollo.....	0,70
Hoja de Roble.....	1,50
Lollo Rosso.....	1,50
Otras Variedades.....	0,30
Nabo.....	0,95
Pepino Corto o Español.....	0,95
Perejil.....	0,70
Pimiento Verde Italiano.....	1,30
Rojo Lamuyo.....	1,60
Verde Padrón.....	2,60
Puerro.....	0,80
Rábano y Rabanilla.....	1,40
Remolacha Común o Roja.....	0,55
Seta Champiñón.....	1,75
Girgola o Chopo.....	3,30
Tomate Liso Rojo Daniela/Long Life/	

Royesta.....	1,20
Liso Rojo Rama.....	1,40
Rojo Pera.....	1,20
Cherry.....	1,20
Verde Rambo.....	1,20
Liso Rojo Canarias.....	1,10
Verde Mazarrón.....	1,15
Asurcado Verde Raf.....	2,00
Granada Zafarraya.....	1,15
Kumato.....	1,80
Muchamiel.....	1,80
Otras Variedades.....	1,20
Zanahoria o Carlota en Rama.....	0,65
Carlota Nantesa.....	0,45
Jengibre.....	2,50
Ñame o Yame.....	1,10
Oca o Quimbombó.....	4,50
Tamarillo Otras Variedades.....	2,60
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,40
Hortalizas IV Gama.....	3,40
<b>PATATAS Euros/kg</b>	
Blanca Spunta (Granel).....	0,48
Rojas Otras Variedades (Granel).....	0,48
Granel: Saco industrial Úbeda o malla Rachel (s/cliente) 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 22 al 25 de septiembre de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

<b>FRUTAS Euros/kg</b>	
Ciruelas.....	1,15-1,00
Higos.....	3,50
Limonas.....	1,00
Manzanas Golden.....	1,50-1,33
Rojas.....	120-1,25
Melocotones Duros.....	3,10-1,40
Melón Piel de Sapo.....	0,66-0,97
Pera Blanquilla.....	1,30-1,18
Sandías.....	0,80-0,71
Uva Moscatel Romano.....	1,40-1,65
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Berenjenas.....	0,00
Cebollas Grano de Oro.....	0,38
Judías Verdes Perona.....	1,80
Lechugas.....	0,40
Patatas Calidad.....	0,60
Pepinos.....	1,20-1,00
Pimientos Verdes.....	0,90-0,85
Tomates Maduros.....	0,95-1,20
Verdes.....	1,00-1,20
Zanahorias.....	0,50-0,51

**Mercatenerife**

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 21 al 27 de septiembre de 2020, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife, Mercatenerife.

<b>FRUTAS Euros/kg</b>	
Agua Fuertes (local).....	4,00
Hass (local).....	6,50
Caquis (no local).....	2,10
Castañas (no local).....	5,95
Ciruelas Reina Claudia (local).....	2,00
Moradas (no local).....	1,15
Amarillas (no local).....	1,25
Cocos (no local).....	1,10
Chirimoyas (no local).....	3,65
Dátiles (no local).....	3,70
Fresones (local).....	9,00
Granadas (no local).....	2,15
(local).....	1,50
Higos Negros (no local).....	4,50
Negros (local).....	3,80
Limón Otros (no local).....	1,05
Otros (local).....	1,30
Verna (no local).....	1,10
Mandarinas Otras (no local).....	2,30
Otras (local).....	2,00
Manzanas Otras (no local).....	2,60
Golden (no local).....	0,90
Granny Smith (no local).....	1,35
Red Chief (no local).....	1,30
Royal Gala (no local).....	1,35
Fuji (no local).....	1,85
Melocotones Rojos (no local).....	2,50
Amarillos (no local).....	2,20
Melones Piel de Sapo (no local).....	0,80
Piel de Sapo (local).....	0,80
Galia (no local).....	1,20
Galia (local).....	1,10
Membrillos (local).....	1,60
Naranja Valencia Late (no local).....	1,60
Zumo Pequeña (local).....	0,80
Extra Granda (local).....	1,25
Nectarinas (no local).....	2,50

## MERCADOS NACIONALES

## Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 38, del 15 al 21 de septiembre 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	0,19-0,30	Valencia
Clausellina / Okitsu	0,17-0,28	L. Valencia
Owari	0,19-0,25	Valencia
Owari	0,19-0,25	L. Valencia
Clementinas Arrufatina	0,36-0,40	Castellón
Arrufatina	0,28-0,32	Valencia
Arrufatina	0,25-0,40	L. Valencia
Clemenrubí/Pri23	0,70-0,80	Alicante
Clemenrubí/Pri23	0,40-0,77	Castellón
Clemenrubí/Pri23	0,32-0,55	L. Valencia
Clemenules	0,24-0,34	Castellón
Clemenules	0,23-0,32	Valencia
Clemenules	0,23-0,32	L. Valencia
Marisol	0,24-0,39	Alicante
Marisol	0,24-0,36	Castellón
Marisol	0,23-0,30	Valencia
Marisol	0,23-0,36	L. Valencia
Mioro	0,36-0,40	Castellón
Mioro	0,21-0,34	L. Valencia
Orogrande	0,24-0,27	Castellón
Orogrande	0,23-0,32	L. Valencia
Oronules	0,55-0,65	Alicante
Oronules	0,48-0,68	Castellón
Oronules	0,42-0,51	Valencia
Oronules	0,38-0,59	L. Valencia

Otras Mandarinas Clemenvilla	0,28-0,33	Alicante
Clemenvilla	0,25-0,34	L. Valencia
Naranjas Navel Lane Late	0,28-0,33	Alicante
Navel Lane Late	0,25-0,30	L. Valencia
Navelina	0,20-0,24	Alicante
Navelina	0,18-0,25	Valencia
Navelina	0,19-0,28	L. Valencia
Naranjas Blancas Salustiana	0,24-0,26	Alicante
Salustiana	0,19-0,23	L. Valencia
LIMONES		
Verna Redrojo	0,20-0,25	Alicante
<b>FRUTAS Euros/Kg Zona</b>		
<i>(Entrada almacén salvo caqui que es sobre árbol y uva que es sobre cepa. Cotización más frecuente)</i>		
Caqui R. Brillante	0,20-0,32	Valencia
Granada Valenciana	0,57-0,79	Alicante
Manzana Golden	0,80	Alicante
Starking	1,10-1,15	Alicante
Uva Mesa D. María	0,60-0,70	Alicante
Ideal	0,50-0,62	Alicante
Red Globe	0,50-0,60	Alicante
<b>HORTALIZAS Euros/Kg Zona</b>		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Berenjena Negra	0,70-0,80	Castellón
Rayada	0,52-0,77	Alicante
Rayada	0,35-0,77	Castellón
Rayada	0,70-0,79	Valencia

Boniato Rojo	0,40-0,44	Alicante
Rojos	0,34-0,37	Alicante
Calabacín	0,50-0,60	Castellón
Blanco	0,64-1,02	Castellón
Calabaza Redonda	0,85	Castellón
Tipo Cacahuete	0,15-0,35	Alicante
Cacahuete	0,15-0,18	Castellón
Col Lombarda	0,20-0,25	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,19-0,20	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,30-0,43	Castellón
Coliflor Blanca	0,50-0,71	Castellón
Judías Blancas	5,10	Castellón
Rojas	2,50-2,98	Castellón
Rojas	2,46-3,08	Valencia
Verdes Perona	2,50-3,40	Castellón
Lechuga Maravilla	0,27-0,43	Castellón
Romana	0,20-0,38	Castellón
Trocadero	0,27-0,53	Castellón
Melón Piel de Sapo	0,85	Castellón
Patata Blanca	0,26-0,43	Alicante
Pepino Blanco	0,68-0,95	Alicante
Blanco	1,06	Castellón
Pimiento Dulce Italia	0,47-0,77	Alicante
Dulce Italia	0,50-0,72	Castellón
Industria	0,08-0,15	Alicante
Lamuyo Rojo	0,52-0,86	Alicante
Lamuyo Rojo	0,90-1,10	Castellón

Tomate Acostillado	1,42-1,85	Alicante
Daniela	0,54-0,56	Alicante
Muchamiel	0,94-1,63	Alicante
Pera	0,65	Alicante
Pera	0,85	Castellón
Redondo Liso	0,72-1,10	Castellón
Valenciano	1,70	Castellón
Zanahoria	0,16-0,17	Alicante
<b>FRUTOS SECOS Euros/Kg Zona</b>		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	3,26-3,36	Alicante
Comuna	3,10-3,20	Castellón
Largueta	3,61-3,71	Alicante
Marcona	5,16-5,26	Alicante
Marcona	5,10	Castellón
Planeta	3,26-3,36	Alicante
<b>INDUSTRIALES Euros/Kg Zona</b>		
<i>(Entrada almacén. Cotización más frecuente)</i>		
ACEITE Oliva Lampante>2°	1,65-1,70	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	1,80-1,90	Castellón
Oliva Virgen Extra	2,30-2,40	Castellón
Garrofa Entera	0,70-0,71	Castellón
MIEL De Azahar	3,30-3,60	Castellón
De Milflores	2,60-2,80	Castellón
De Romero	3,20-3,50	Castellón

Paraguayos (no local)	3,95
Peras Otras (no local)	2,10
Ercoline (no local)	1,85
Limoneas (no local)	1,20
San Juan (local)	2,00
Devoe (no local)	1,40
Conference (no local)	1,50
Lima (no local)	2,60
(local)	2,00
Piña Tropical (local)	2,00
Plátanos Extra (local)	1,10
Primera (local)	0,75
Segunda (local)	0,60
Pomelos (no local)	1,60
Sandías sin pepitas (no local)	1,10
Sin pepitas (local)	0,90
Uva Otras (local)	2,80
Tempranilla (no local)	0,95
Otras Blancas (no local)	1,65
Otras Blancas (local)	2,50
Otras Negras (local)	2,50
Red Globe (no local)	1,65
Papaya Otras (local)	1,60
Hawaiana (local)	2,20
Cubana (local)	1,60
Híbrida (local)	2,00
Guayabos (local)	3,00
Mangos (local)	2,60
Mangas (local)	2,00
Kiwi (no local)	2,25
Kiwano (local)	1,70
Duraznos Grandes (local)	2,00
Almendras (no local)	11,00
Frambuesas (no local)	1,85
(local)	7,00
Higos Picos (local)	1,00
Parchita (local)	2,40
Moras (no local)	2,00
(local)	15,00
Pitaya Roja (local)	3,20
Carambolas (local)	2,00
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelgas (local)	2,10
Ajos (no local)	2,90
Albahaca (local)	7,50
Apio (no local)	1,35
(local)	1,70
Berenjenas Moradas (local)	0,80
Bubangos (local)	2,50
Calabacines (local)	1,90
Redondos (local)	2,00
Zucchini (local)	2,20
Calabazas (local)	0,45
Cebollas Cebolletas (no local)	0,90
Cebolletas (local)	3,00
Blancas (no local)	0,55
Blancas (local)	1,10
Moradas (no local)	1,00
Moradas (local)	1,00
Coles Repollo (local)	1,10
Lombardas (local)	1,20
Coliflor (local)	1,50
Champiñón (no local)	0,95
Chirivías (no local)	1,65
Endivias (no local)	1,20
Escarolas (local)	0,70
Espinacas (local)	3,00
Habas Verdes (local)	2,30

Habichuelas Redondas Boby (local)	4,30
Coco Planas (local)	4,00
Lechugas Batavia (local)	0,90
Romanas Alargadas (local)	1,80
Iceberg (local)	1,20
Cogollos de Tudela (local)	6,00
Hoja de Roble (local)	1,80
Lollo Rosso (local)	1,65
Nabos (no local)	1,35
(local)	2,00
Colinabos (local)	1,60
Pepinos (local)	0,90
Perejil (local)	2,60
Pimientos Verde (local)	0,70
Rojos (local)	0,70
Padrón (no local)	4,95
Padrón (local)	2,40
Amarillos (local)	1,50
Puerros (local)	0,90
Rabanillas (no local)	2,40
(local)	1,00
Rábanos (no local)	2,40
(local)	1,12
Romero (local)	15,00
Rúcula (local)	4,80
Setas (no local)	1,90
Tomates Otros (no local)	1,50
Pera (local)	1,40
Salsa (no local)	1,50
Salsa (local)	1,20
Ensalada (local)	1,70
Raff (no local)	2,80
Cherry (no local)	1,20
Cherry (local)	3,00
Tamarillo (local)	2,20
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (no local)	0,60
Segunda (local)	0,90
Primera (local)	1,70
Batatas Otras (no local)	1,45
Otras (local)	1,50
Lanzarote (no local)	1,70
Yema Huevo (local)	1,90
Blancas (no local)	1,10
Blancas (local)	1,00
Laurel (local)	7,00
Pimientas Otras (local)	3,50
Palmeras Secas (local)	23,00
Palmera (local)	5,00
Berros (local)	1,80
Arvejas (local)	4,00
Beterrada (no local)	0,75
(local)	1,50
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	3,20
Piña Millo Dulce (no local)	3,00
Millo Dulce (local)	2,10
Ñames (local)	5,50
Yuca (no local)	1,70
Pantanas (local)	1,20
Hinojo (no local)	16,00
Piña de Millo (no local)	2,55
(local)	2,10
Brecol (local)	3,00
Hierba Huerto (local)	4,50
<b>PATATAS Euros/kg</b>	
Papas Otras Blancas (no local)	1,00
Otras Blancas (local)	0,90

Up To Date (local)	1,10
King Edward (no local)	0,70
Cara (local)	0,65
Rosada (local)	1,30
Bonita (local)	4,10
Negra (local)	6,50
Hoja de Roble (local)	6,00
Slaney (local)	1,00
Red-Cara / Druid (local)	0,70
Colorada Gaga (local)	3,50

## Mercavalencia

Información de precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 22 al 25 de septiembre de 2020, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Ciruelas	0,80-1,00
Higos	2,00-3,50
Limonas	1,00
Manzanas Golden	0,60
Rojas	0,70
Melocotones Duros	2,75-2,25
Melón Piel de Sapo	0,60-0,70
Pera Blanquilla	0,75
Sandías	0,85-0,65
Uva Moscatel Romano	1,25-1,20
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Berenjenas	0,90-1,00
Cebollas Grano de Oro	0,30
Judías Verdes Perona	3,00
Lechugas	0,30
Patatas Calidad	0,35
Pepinos	1,00-0,80
Pimientos Verdes	1,00-1,10
Tomates Maduros	0,60-0,55
Verdes	1,10
Zanahorias	0,45

## Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 25 de septiembre de 2020, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguate (ud.)	1,50
Coco	1,00
Kiwi	1,25
Limón	1,05
Manzana Royal Gala	0,90
Golden	0,85
Melón Galia	0,95
Membrillo	0,85
Pera	0,70
Conferencia	0,85
Piña	0,95
Plátano de Canarias	0,85
Papaya	2,50
Pomelo	0,65
Uva Blanca	1,60
Roseti	1,30
<b>VERDURAS Y HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Boniato Rojo	1,00
Boniato	1,15
Calabacín	0,90
Calabaza	0,45
Guindilla	1,00
Jengibre	3,40

Judía	1,45
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	1,35
MM Raf	1,30
<b>OTROS Euros/kg</b>	
Almendra	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California	1,40

## Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 24 de septiembre de 2020. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
<b>ALFALFA</b>	
Alfalfa rama campo 1ª	159,00
Rama campo 2ª	122,00
<b>AVENA</b>	
Avena Blanca	145,00
Rubia	152,00
<b>CEBADA NACIONAL</b>	
Cebada Pienso -62 kg/hl	148,00
Pienso +62 kg/hl	153,00
<b>CENTENO</b>	
Centeno	158,00
<b>GIRASOL</b>	
Pipa Alto Oléico	325,00
Pipa de Girasol	320,00
<b>MAÍZ NACIONAL</b>	
Maíz sobre Secadero	183,00
<b>TRIGO NACIONAL</b>	
Trigo Duro Proté=13%	238,00
Duro Proté=12%	233,00
Extensible Chamorro	203,00
Forrajero	182,00
Gran Fuerza w 300	210,00
Media Fuerza w -300	199,00
Panificable	190,00
Triticales	171,00
<b>LEGUMINOSAS</b>	
Veza Grano	204,00
Yero Grano	180,00

## Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 22 de septiembre 2020. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
<b>ALFALFA</b>	
Harina de Alfalfa	180,00
<b>CEBADA</b>	
Nacional P.E. (62-64)	182,00
<b>COLZA</b>	
Importación 34/36%	265,00
<b>GARROFA</b>	
Harina	185,00
Troceada	200,00
<b>GIRASOL</b>	
Semillas de Girasol	370,00
Girasol Importación 28/3	195,00
<b>MAÍZ</b>	

Importación	181,00
Importación CE	1875,00
<b>MILLO</b>	
Importación	

## MERCADOS NACIONALES

## 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 del 14 al 20 de septiembre de 2020.

## CEREALES

■ **De primavera: Córdoba:** Tras la recolección del **maíz** se realizan labores de recogida y eliminación de los restos del cultivo. **Granada:** En **la Vega de Granada**, el cultivo de **maíz** se encuentra en el estado fenológico BBCH 85-89 (Madurez completa) granos duros y brillantes; cerca del 65% de materia seca. Se prevé el comienzo de la recolección en pocas semanas. **Sevilla:** El estado fenológico dominante del **arroz** es 10 (floración) y grano lechoso (11), aunque se observan parcelas más adelantadas de variedades precoces en estado de grano pastoso e incluso iniciándose el endurecimiento del grano (13) y desaguando la parcela para favorecer la maduración. Se continúa con el desyerbado manual en algunas parcelas de las zonas menos adelantadas. La salinidad, medida en las tomas de riego más cercanas a la desembocadura del **rio Guadalquivir**, se ha elevado esta semana alcanzando valores por encima de los 2,5 gr/l en la toma del canal de **Isla Mínima** y por encima de los 3,5 gr/l en la de **Queipo**. Se empiezan a ver mermas en la granazón y un cierto porcentaje de espigas blancas en las zonas más afectadas por el exceso de salinidad. Ha finalizado la recolección del **maíz grano** de cosecha principal con producciones algo inferiores a la media de otros años, quedan por cosechar las variedades de ciclos cortos que se sembraron más tardías.

## TUBÉRCULOS PARA CONSUMO HUMANO

**Cádiz:** El estado fenológico de los **boniatos** no ha variado, el más avanzado es la Recolección y el más retrasado es BBCH 40-49 (Desarrollo de las partes vegetales cosechables). Continúa la recolección de **boniatos** con variedades de media estación en las zonas de **Sanlúcar-Chipiona** y **Conil**. El año está siendo bueno en rendimientos pero malo en precios que llevan una caída en las últimas semanas. Está finalizando la recolección de las **patatas de media estación** con variedades empleadas como **Fábula** y **Spunta**. También se están plantando parcelas de **patata tardía** con dosis de 2.500 kg/ha y variedades como **Spunta**, **Fábula**, **Arizona** al aire libre.

## CULTIVOS INDUSTRIALES

**Córdoba:** El estado fenológico predominante del **algodón** es 1ª (Cápsulas abiertas) en el **Valle del Guadalquivir** donde ya se ha aplicado el defoliante, mientras en la zona del **Genil-Cabra** se encuentra más atrasado, en fase G (Cápsulas grandes). **Granada:** En **la Vega de Granada**, la recolección de **tabaco** ha terminado. La campaña ha estado marcada por las altas temperaturas. **Huelva:** Las labores que se han venido realizando en las parcelas de **girasol** en la provincia han sido de recogida y eliminación de cañas hasta que llegaron las lluvias. Los rendimientos han sido medios y han oscilado entre los 800-1.300 kg/ha según las zonas. Las operaciones se están realizando a la baja y disminuyendo el gradiente de precios entre el **girasol linoléico** y el **alto oleico**. Se aplican defoliantes en algunas parcelas más adelantadas de **algodón**, en otras el cultivo aún sigue en fase de apertura de cápsulas. Los rendimientos aforados que se observan son medios, por debajo de los datos de otras campañas. **Jaén:** En las parcelas de **algodón** de la comarca de **La Loma** se está aplicando defoliante, labor que comenzó el 16 de septiembre. Los más precoces se encuentran en la zona con el 25% de las cápsulas abiertas. No será un año de producción con rendimientos de 2.500 kg/ha, en parte provocada esta disminución de rendimientos por los ataques de chinches y Eáreas. Los riegos se cortaron en torno al 10-12 de septiembre. **Sevilla:** El estado fenológico dominante del **algodón** es A (cápsulas abiertas). Continúan las aplicaciones de defoliante, que ya van finalizando en las zonas más adelantadas, quedando las parcelas a la espera de que se complete su efecto. Se incrementa el movimiento de las cosechadoras por el campo y se continúan recogiendo las parcelas de secano y otras marginales.

## CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos: Almería:** En los invernaderos de **Níjar**, ya están plantados todos los invernaderos. Los primeros **tomates** que se pusieron en julio (muy pocos) casi todos ecológicos para suministro continuo, ya se han empezado a recolectar. Por lo general, en el resto de las plantaciones de **tomate**, las más tempranas empezarán a recolectarse en unas semanas. La **berenjena** no presenta problemas fitosanitarios destacables, sólo de manejo, un poco de peseta y algunos problemas por blanqueo. Se está recolectando **calabacín** y se han terminado las siembras tardías, con poca incidencia de plagas y enfermedades. En **pepino ecológico** se ve un poco de pulgón. En los invernaderos del **Poniente**, los **pimientos** del tipo **California** están en fase de crecimiento, cuajado y recolección de los primeros frutos en **verde**, y también en **rojo** y **amarillo**. Se mantienen las cubiertas enaladas para proteger del exceso de calor aunque ya se empiezan a ver invernaderos lavando los plásticos. Se están recolectando los primeros frutos en las plantaciones más precoces de **tomates**. Continúan los trasplantes de **pepinos**. En estos momentos se encuentran plantaciones de **pepinos** en todas las fases de desarrollo. Los más tempranos están en plena producción. Las plantaciones más tempranas de **calabacines** comienzan a recolectarse. Se realizan labores de entutorado y estimulación foliar de cuajado de frutos. Aunque la mayor parte de los invernaderos ya han realizado los trasplantes, los semilleros aún tienen partidas de **tomates**, **calabacines**, **berenjenas** y **pimientos Italianos**. **Granada:** En **la Costa de Granada** continúan realizando trasplantes de **tomate Cherry**. Un 90% de los productores ya han terminado de plantar. En las plantaciones de **pepinos** se han realizado un 50% de los trasplantes esperados. **Huelva:** La plantación de la **fresa** se ha ralentizado esta semana en las variedades extratempranas, el grueso de las parcelas comenzarán en una o dos semanas, estimándose que el número de las mismas no va a aumentar, más bien se estabilizará o disminuirá. **Málaga:** En las plantaciones de **tomates**, se está iniciando la plantación del **tomate de Pera** y **Daniela** en los invernaderos de **La Axarquía** con dosis de 2 plantas/m<sup>2</sup>. Se le aplican enraizantes para un mejor agarre de la planta. Se están produciendo **tomates de Pera**, **Lisos**, **Daniela** y algo de **tomate Ramo** y **Cherry en rama**. En estos momentos se están plantando los nuevos **calabacines** para la campaña de invierno. Se plantan diferentes tipos de **judías** como la **Garrfal Oro** con dosis de 3 plantas/m<sup>2</sup> y aplicaciones de enraizantes. La variedad **Helda** sigue en recolección con cotizaciones que oscilan entre los 250-300 euros por 100 kilos en los primeros cortes. ■ **Al aire libre: Almería:** En **los Vélez**, ha finalizado la campaña del cultivo de **sandía**. Los rendimientos fueron, finalmente, de unas 55-65 Tm/ha. Ha comenzado la recolección de los **pimientos** en algunas parcelas con destinos a secaderos para **pimentón**. En las plantaciones de **brócolis**, se observan plantaciones de las variedades **Parthenon** y **Naxos**. En estas fincas se están formando las pellas y comenzará la recolección sobre el 15 o 20 de octubre. La dosis de plantación es de 35.000-40.000 plantas por hectárea. Se esperan mermas en la producción por problemas fúngicos. **Cádiz:** Las últimas parcelas de **sandías** en la comarca **Costa Noroeste** han finalizado con una reducción importante de las cotizaciones motivadas por la escasa demanda. El tipo más empleado en la zona es la **negra sin pepitas** o variedades como **Pata Negra**. La campaña del **melón** en la comarca de la **Costa Noroeste**, está prácticamente finalizada al aire libre con pocas parcelas en producción. Los precios están cayendo en estos últimos días tanto en el **Galia** como en el **Piel de Sapo**. **Córdoba:** Se realizan labores preparatorias de los terrenos destinados a la siembra de **ajo Chino** que se iniciará en las próximas semanas. **Granada:** En la zona de **la Vega de Granada**, se continúa plantando **alcachofa** y la campaña de la **cebolla Reca** no ha sido muy beneficiosa, las condiciones climatológicas no han sido las más apropiadas. Las altas temperaturas están mermando la calidad de los **espárragos**. Se espera que en las próximas semanas las temperaturas desciendan y se proporcione un producto de mayor calidad. En este momento la cotización se mantiene, con leves oscilaciones a la baja. En la zona de **Zafarraya**, se cosechan los restos de **tomates**, la cosecha de **tomate Pera** y **verde de ensalada** se encuentra en su fase final. Los rendimientos están siendo similares a anteriores campañas. **Jaén:** Ha comenzado la plantación del **ajo Chino**, **Spring Blanco** y **Spring Violeta** con dosis de 1.000-1.500 kg/ha en las zonas de **Torreblascopedro** y **Baeza**, Los del tipo **morado** comenzarán a plantarse en octubre-noviembre. Se ha realizado un abonado de fondo con 15-15-15 y dosis de 400 kg/ha. **Sevilla:** Preparación de las parcelas, montaje del riego y plantación de **coliflor**, **brócolis**, **puerros** y **alcachofas**.

## FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos: Almería:** La recolección de los **almendros** se desarrolla en la provincia de la siguiente forma según las zonas: En **Los Vélez**, la mayor parte está recogida. En **Alto Almanzora**, la recolección está avanzada. En el **Alto Andarax**, sigue la recolección, con bajos precios. En **Bajo Andarax-Campo Tabernas**, ha finalizado la recolección de las variedades tardías. Este año, en general, se ha apreciado una disminución del rendimiento. En alguna parcela ya se está iniciando la poda. **Córdoba:** Durante esta semana ha terminado la recolección en las variedades más tardías de **almendros**, obteniéndose rendimientos por hectárea inferiores a la campaña pasada, pero en total hay mayor producción provincial al haber más superficie cultivada cada año, y a que las nuevas plantaciones de regadío a partir del tercer año ya entran en producción. Comercialización complicada puesto que las cotizaciones actuales suponen un 40% menos que las del año anterior, aunque durante las últimas semanas ha habido una tendencia al alza de los precios. **Granada:** En la zona de **Guadix**, **Baza** y **Alhama**, el cultivo de **almendro** continúa en la fase final de su recolección en las variedades tempranas. Si las condiciones climatológicas no interrumpen la cosecha, ésta terminará antes de lo previsto. **Jaén:** En la comarca de la **Campiña Norte** la recolección de **almendro** está muy avanzada, han terminado muchas parcelas la semana pasada. Después de la recolección el árbol se encuentra paralizado. Se está fertirrigando. Una de las variedades empleadas en la zona es la **Guara**. En los **pistachos** se espera la recolección generalizada para la próxima semana. **Sevilla:** La recolección del **almendro** se encuentra prácticamente finalizada, tan solo quedan por recolectar las últimas parcelas de las variedades más tardías. Se recogen parcelas de **granadas**. ■ **Frutales de hueso y pepita: Huelva:** En las plantaciones de **caquis**, el cultivo está finalizando la fase de crecimiento y en las variedades más avanzadas como la **Rojo Brillante** comenzarán la campaña en un par de semanas si el tiempo lo permite. Con un verano bajo en plagas la producción se augura que será media. ■ **Frutales subtropicales: Granada:** En **Motril**, el cultivo de **aguacate** evoluciona correctamente. Se estima una campaña de inferior calidad con respecto a otras campañas. El cultivo continúa en fase de engorde. En **Almuñécar** y **Motril** el cultivo de la **chirimoya** se ha desarrollado de manera correcta. La cosecha alcanza unas producciones parecidas a las de anteriores campañas. Los productores se encuentran satisfechos. En **Motril** la cosecha de **mango** no está siendo tan productiva como en años anteriores, ya que algunas producciones rondan las 6 Tm/ha. Se cree que es debido a problemas de cuaje. **Málaga:** El estado fenológico que predomina en los **aguacates** es el I (Crecimiento del fruto). El más retrasado es "Recolección". Para la nueva campaña los **aguacates** están en fase de crecimiento del fruto y hay algunas parcelas de árboles retrasados, pueden considerarse "rojos" de la variedad **Bacon** y en un mes comenzarán los nuevos a recolectarse. La climatología está siendo óptima con buenas temperaturas tanto nocturnas como diurnas. El estado fenológico predominante en los **mangos** es J (Fruto tamaño definitivo), el más avanzado es L (Frutos alcanzando tamaño definitivo-maduración) y el más tardío I (Frutos en crecimiento). Con el **mango** en plena recolección, dos de las variedades que producen en estos momentos son el **mango Osteen** y **Tommy Atkins**, sobre todo el primero.

## CÍTRICOS

**Almería:** En algunas variedades ya empieza a producirse el envero. Hacen falta lluvias para paliar la falta de aguas del periodo estival y que aumente el calibre de los frutos. **Sevilla:** El estado fenológico dominante es el J (fruto al 40% de desarrollo). Y el de inicio de la recolección en las primeras parcelas de **mandarinas tempranas**. Se aplican riegos y abonados. ■ **Aforo de cítricos campaña 2020-2021:** La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible presentó el pasado 22 de septiembre el aforo de cítricos para la campaña 2020-2021, con una estimación de producción superior a los 2,3 millones de toneladas. En relación con el territorio nacional, se estima que la **Comunidad Autónoma andaluza** concentrará el 33,5% de la producción española (6,9 millones de toneladas). Por provincias, el aforo de la **Junta** prevé que en **Almería** se recojan cerca de 213.500 t.; en **Cádiz**, 59.850 t.; en **Córdoba**, casi 378.000 t.; en **Granada**, 11.700 t.; en **Huelva**, más de 578.100 t.; en **Málaga**, cerca de 146.400 t.; y en **Sevilla**, casi 934.500 toneladas. El aforo de cítricos 2020-2021 elaborado por el **Gobierno andaluz** recoge también datos relativos a superficie, que ronda las 85.200 hectáreas sumando la superficie de **naranja** (57.500 hectáreas), **mandarino** (casi 20.000 has), **limón** (6.540 has) y **otros cítricos** (1.145 has). En cuanto a la producción de las diversas variedades que se obtienen en **Andalucía**, destacan especialmente las **naranjas dulces**, que concentran el 72% de la producción (más de 1,6 millones de t.) y registran un incremento del 5,5% en comparación con 2019-2020. Le siguen las **mandarinas**, que suponen el 22% (520.640 t.) y aumentan en un 12% con respecto a la campaña anterior; y los **limones**, que rozan las 109.600 toneladas (5%). Además de estas frutas, el aforo contempla también datos de **pomelo** (20.790 t.) y **otros cítricos** (6.420 t.). También se recoge que la producción andaluza de **naranjas** supondrá, según los datos provisionales, el 48,3% del total nacional. Este porcentaje se situaría en el 22% en el caso de las **mandarinas** y en el 10,7% para los **limones**.

## VIÑEDO

**Almería:** En **Los Vélez**, sigue la recolección. Se espera una buena cosecha. En el **Alto Andarax**, sigue también la recolección. **Cádiz:** La vendimia está finalizando en la zona de **Sanlúcar y Jerez de la Frontera**. La producción media en la zona es de unos 7.500 kg/ha. Los precios de la **uva** están siendo similares a los del año pasado. La cosecha está siendo corta, con incidencias provocadas por la humedad elevada en la época de primavera debido a las altas precipitaciones lo que provocó mucho mildiu con aplicaciones fungicidas de hasta 10 tratamientos. **Córdoba:** Con la vendimia prácticamente finalizada, donde más actividad va quedando es en las paseras, que además con el descenso de las temperaturas y los nubladros se alarga el proceso de secado en campo. Se confirma que esta campaña se ha destinado menos **uva** a la elaboración de **Pedro Ximénez** debido a la menor demanda. **Jaén:** En el 80% de las parcelas ha finalizado la recolección.

## OLIVAR

**Almería:** En el **Alto Almanzora**, hacen falta precipitaciones para el cultivo. En **Bajo Andarax**, los frutos presentan color verde amarilleando. Se ven los primeros frutos morados en las zonas tempranas. Se esperan bajos rendimientos. En algunas parcelas se ven frutos arrugándose. **Córdoba:** El estado fenológico predominante se sitúa entre el H (Endurecimiento del hueso) y el I (Envero). En breve se iniciará la recolección de **aceituna de mesa** de la variedad **Manzanilla**, presente principalmente en la zona limítrofe con la provincia de **Sevilla**. Se espera que las precipitaciones ayuden a madurar y engordar la **aceituna**. En las comarcas de **La Sierra** y **Los Pedroches** el cultivo está muy adelantado debido al estrés hídrico, con previsiones de que la recogida de **aceituna de almazara** se inicie a finales de octubre. **Granada:** En **Iznalloz** y **Alhama**, el cultivo se encuentra en fase de envero. Los productores prevén una buena campaña. **Huelva:** El verdeo ha comenzado en la provincia pero se ha visto detenido por las lluvias. En algunas zonas han caído hasta 35 litros/m<sup>2</sup>. Se observa que los rendimientos están siendo óptimos, con un 20-25% más de kilos de un cultivo vecevo que viene de un año de reposo vegetativo y un final de primavera lluvioso que unido a las últimas lluvias han sido muy beneficiosas para el cultivo. **Jaén:** El estado fenológico predominante es el H (Endurecimiento del hueso) y como avanzado el I1 (Envero amarilleo). No ha llovido prácticamente nada en la comarca de **La Loma**, muy poco de cara al engorde de la **aceituna de molino** y la nueva campaña. En la zona se plantea el inicio entre el 15 o 20 de noviembre para el **aceite verde** que aunque da menos rendimientos, la calidad aumenta y la acidez no suele superar el 0,1. En las fincas se están terminando de quitar chupones y desvareando. **Sevilla:** El **olivar** se encuentra en estado fenológico dominante H (Endurecimiento del hueso) en las sierras, I1 (Envero amarilleo) y presencia de algunos frutos empezando en I2 (Envero mancha roja) en las zonas más adelantadas. Sigue la campaña del verdeo, tras la breve interrupción por las lluvias caídas, con la recolección de las variedades **Gordal**, **Manzanilla** y **Hojiblanca**. Se observan síntomas de estrés hídrico con abarquillado de hojas y arrugamiento y caída del fruto en algunas parcelas de secano.

Avena	162,00
Maíz	176,00
Sorgo	176,00
Girasol Alto Oléico 9-2-44	342,00
Girasol 9-2-44	337,00
Guisantes	213,00

Anexo de cotizaciones de Trigos Duros afectados con GMF (Germinados, Maculados y Fusariados). Precios orientativos, origen Córdoba, agricultor, del 17 de septiembre de 2020.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO (Maculados GMF 10)	
Grupo 1	244,00
Grupo 2	239,00
Grupo 3	234,00
Grupo 4	229,00
TRIGO DURO (Maculados GMF 15)	
Grupo 1	239,00
Grupo 2	234,00
Grupo 3	229,00
Grupo 4	224,00
TRIGO DURO (Maculados GMF 20)	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	S/O
Grupo 4	S/O
TRIGO DURO (Maculados GMF 25)	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	S/O
Grupo 4	S/O

La próxima sesión se celebrará el día 1 de octubre de 2020.

Mesa de almendras de la Lonja de Contratación de Productos Agrarios de Córdoba. Cotización para partidas de grano de almendra en cáscara, situado sobre el almacén partidador. Acta de la sesión del 24 de septiembre 2020. Precios orientativos agricultor en destino.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Belona	4,35
Soleta	3,58
Floración Tardía Monovarietal	3,58
Comuna Tradicional (máx. 0,2)	3,40
Ecológica	8,00

Próxima sesión el 1 de octubre de 2020.

## Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 23 de septiembre de 2020, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	172,00
Cebada	151,00
Triticale	166,00
Centeno	140,00
Avena	150,00
Maíz (menos del 15% humedad)	174,00
ALUBIAS	Euros/Kg
Canela	1,20
Planchada	1,30
Pinta	0,90
Riñón de León	1,10
PATATAS	Euros/Tm
Agria	110,00
Jaerla	100,00
Kennebec	260,00
Red Pontiac	200,00
Red Scarlett	130,00
Hermes	100,00
Yona	130,00
GIRASOL	Euros/Tm
Calidad Tipo 9-2-44	335,00
Alto oleico, 80% mín. ácido oleico	340,00
FORRAJES	Euros/Tm
Alfalfa paquete rama	144,00
Paquete deshidratado	213,00
Paja 1ª (Cebada)	24,00
Veza forraje 1ª	108,00
Forraje	78,00

## Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del día 17 de septiembre de 2020. Cotización para pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidador, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona	5,31
Largueta	3,77
Comuna	3,30
Ferragnes	3,69
Garrigues	3,70
Guara	3,43

## MERCADOS NACIONALES

Ramillete.....	3,70
Comuna Ecológica.....	7,78

## Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 21 de septiembre de 2020, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS GRANO	
Comuna Ecológica.....	7,70
Pelona.....	2,50
Común.....	3,20
Largueta.....	3,50
Mallorca.....	3,10
Marcona.....	5,10
Mollar.....	3,10
Mollar cáscara.....	0,80
Rofes cáscara.....	0,75
AVELLANAS	
San Giovanni, libra.....	1,70
Tonda, libra.....	1,75
Corriente, libra.....	1,70
Negreta, libra.....	1,90

## Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 21 de septiembre de 2020, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando.....	178,00
Cebada P.E. (+64).....	154,00
Avena.....	154,00
Centeno.....	148,00
Triticale.....	169,00
Maíz (14°).....	186,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Garbanzo Pedrosillano.....	560,00
Lenteja Arnuña (IGP).....	960,00
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44).....	340,00
Girasol (Alto Oléico).....	345,00
FORRAJES	Euros/Tm
Alfalfa Empacada.....	156,00
Paja Paquete Grande.....	30,00

## Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 22 de septiembre de 2020. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1.....	215,00
Grupo 2.....	205,00-208,00
Grupo 3.....	198,00-200,00
Grupo 4.....	194,00-196,00
Grupo 5, Pienso.....	194,00-196,00
Pienso Importación, origen Puerto.....	196,00
Triticale Nacional.....	184,00-186,00
Importación, origen Puerto.....	184,00
Avena Nacional.....	180,00
Importación, origen Puerto.....	180,00
Cebada, Igual y más de 64.....	169,00-171,00
Menos de 64.....	167,00-169,00
Importación, origen Puerto.....	169,00
Maíz Nacional.....	185,00
Importación, origen Puerto.....	178,00
Habas, Importación, origen Puerto.....	280,00
Guisantes Nacional.....	220,00-222,00
Importación, orig. Puerto.....	220,00-222,00
Girasol Alto Oléico	
>=80% calidad tipo 9-2-44.....	350,00
Convencional 9-2-44.....	345,00

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: 6 de octubre de 2020.

## Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 25 de septiembre de 2020. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2019-2020).

CEREALES	Euros/Tm
Maíz (Secadero).....	183,00
Cebada Pienso +62 kg/Hl.....	157,00
Pienso -62 kg/Hl.....	151,00
Avena Blanca.....	150,00
Rubia.....	156,00
Trigo Duro Pr>12 PE>78, V>75.....	231,00
Pienso +72 Kg/Hl.....	181,00
Fuerza +300w +14 pr.....	213,00
Fuerza -300w +12,5 pr.....	203,00
Panificable Pr>11, W<200.....	190,00
Chamorro.....	212,00
Triticale.....	168,00
Centeno.....	158,00

Yeros.....	183,00
Veza.....	208,00
Guisante.....	197,00
Garbanzo sin limpiar.....	345,00

NOTA: Mercado más animado en la semana precedente y subidas en las cotizaciones en la mayoría de los cereales. Se cotiza el maíz con precios de la nueva campaña en 183 euros/tonelada. Próxima reunión, el viernes 2 de octubre de 2020.

## Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 24 de septiembre de 2020. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa Empacada.....	144,00
Avena.....	140,00
Cebada Nacional de 62 Kg/Hl.....	149,00
Centeno.....	141,00
Colza.....	300,00
Paja Empacada.....	24,00
Trigo Nacional, Pienso 72 Kg/Hl.....	173,00

## Lonja de Tortosa

Información de precios agrarios del 14 de septiembre de 2020 facilitados por la Lonja de Contratación de Tortosa. (Últimos precios recibidos)

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

Precios peso bruto por neto sobre Tortosa.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
Almendras Comuna.....	3,05
Largueta.....	3,60
Marcona.....	4,95
Mollar.....	3,10
Cáscaras/Pelonas (s/rend.).....	2,40

Precios del grano según rendimiento sobre almacén descascarador

LEGUMBRES	Euros/Kg
Algarrobas al productor (Rendimiento 7/10 %)	0,60

Precios peso bruto por neto sobre almacén troceador.

ARROCES	Euros/Kg
Blanco "Bahía" Extra.....	0,640
Medianos de arroz corrientes.....	0,300
Medianos de arroz grandes.....	0,330

Precio sobre fábrica del Baix Ebre.

COMBUSTIBLES	Euros/Kg
Cáscara de almendra, sin rectificar.....	0,07

ACEITES	Euros/Tn
Oliva Virgen Extra.....	2.300,00
Oliva Virgen.....	1.900,00
Oliva Lampante (s/acidez).....	1.650,00
Refinado de Oliva.....	1.800,00
Refinado de Girasol.....	950,00
De Orujo de 10°.....	650,00
Orujo Refinado.....	950,00
Girasol Alto Oléico 80%.....	1.000,00
Oliva Virgen Extra Ecológico.....	2.800-3.000

Precios según calidades y procedencias en euros/tonelada neto sobre almazara en Aceites Vírgenes de Oliva; y sobre refinería Tortosa los Refinados. Producción Bajo Ebro, Montsia, Terra Alta.

## Lonja de Valencia

Información de los precios de la Mesa de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 21 de septiembre de 2020. Campaña 2020-2021.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina, en árbol.....	0,212-0,306
Navel Lane Late, en árbol.....	0,282-0,329
SUBGRUPO BLANCAS	
Salustiana, pocas operaciones.....	0,212-0,259
GRUPO MANDARINAS	
SUBGRUPO SATSUMAS	
Iwasaki, casi sin existencias.....	0,188-0,306
Okitsu, pocas operaciones.....	0,188-0,306
Owari, pocas operaciones.....	0,212-0,282
SUBGRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós y Basol, pocas operaciones.....	0,353-0,611
Oronules, pocas operaciones.....	0,423-0,658
Marisol, pocas operaciones.....	0,259-0,400
Mioro, pocas operaciones.....	0,235-0,376
Arrufatina, pocas operaciones.....	0,282-0,447
Clemenules y Orogrande, en árbol.....	0,259-0,353

SUBGRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla, pocas operaciones.....	0,282-0,376

NOTA: Se incrementa el ritmo de recolección y crece el interés por naranjas más tardías.

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 24 de septiembre 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. Val. ..	680,00-700,00
Largo Indica, disp. Valencia ..	590,00-600,00

Precios por tonelada a granel.

SUBPRODUCTOS	Euros/Tm
Cilindro, disponible Valencia.....	175,00-180,00
Medianos Corrientes, disponible Valencia.....	300,00-310,00
Medianos Gruesos, disponible Valencia.....	330,00-340,00

CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm

Maíz Importación,	Euros/Tm
disponible Puerto Valencia.....	185,00
Maíz Importación,	Euros/Tm
disponible Puerto Castellón.....	186,00

Cereales	Euros/Tm
Cebada Nacional, destino Valencia.....	172,00
Avena Rubia.....	sin operaciones
Blanca, destino Valencia.....	174,00
Guisantes, destino Valencia.....	230,00
Semilla Algodón, destino Valencia.....	283,00-285,00

Trigo Pienso Nacional, tipo 5, disponible Valencia.....

Trigo Pienso Importación, disponible Puerto Valencia.....

Precios por tonelada a granel.

TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 44% baja proteína, disponible Barcelona.....	373,00
Soja 47% alta proteína, disponible Barcelona.....	383,00

Cascarilla de Soja, disponible Tarragona.....

Cascarilla de Avena, destino Valencia.....

Alfalfa deshidratada, D. Pellets, 16% prot., Aragón/Lérida.....

14% prot., Aragón/Lérida.....

B. Balas s/calidad A./Lér.....

Harina Girasol Integral (28%) disponible Tarragona.....

Gluten Feed, disponible Valencia.....

Bagazo de Maíz, disponible Valencia.....

Pulpa seca remolacha granulada, Import., disp. Tarragona.....

Import. disp. Andalucía.....

Salvado de Trigo Cuartas, disponible Valencia.....

Salvado de Trigo Hojas, destino Valencia.....

Precios por tonelada a granel

GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm

Variiedad Matalafera y similares (disponible origen)

Entera zona Valencia.....

Zona Alicante.....

Zona Castellón.....

Zona Tarragona.....

Zona Murcia.....

Zona Ibiza.....

Zona Mallorca.....

Precios por tonelada a granel según rendimientos

Troceada Integral, disponible origen.....

Troceada sin Harina disponible origen.....

Troceado Fino, disponible origen.....

Garrofin, disponible origen.....

LEGUMBRES Euros/Tm

Disponible origen

ALUBIAS

Redonda Manteca.....

Pintas Granberry.....

Canellini Argentina 170/100.....

Great Northen.....

Blackeyes.....

Negras.....

Garrofon.....

GARBANZOS

Nuevos 44/46.....

Nuevos 34/36.....

Nuevos 50/52.....

LENTEJAS

USA Regulars.....

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

Precios por tonelada, mercancía envasada.

FRUTOS SECOS	Euros/Tm
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11, disponible origen.....	2.000,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Origen Argentina 38/42 disponible Valencia.....	1.750,00

ALMENDRA EN GRANO CON PIEL

Marcona 14/16 mm, Valencia.....

Largueta 13/14 mm, Valencia.....

Precios tonelada, mercancía envasada.

Marcona prop, disp. Valencia.....

Largueta prop, disp. Valencia.....

Comuna prop, disp. Valencia.....

Comuna ecológica, disp. Valencia.....

ALMENDRA REPELADA

Comuna, sobre 14 mm, disponible Valencia.....

PATATAS Euros/Tm

Agria Nueva, disponible Valencia.....

Lavada, origen España, disp. Val. ....

De Salamanca, disp. Val. ....

Precios según orígenes y calidades, envasada a 25 kgs.

CEBOLLAS Euros/Tm

Variiedad Grano, disponible origen

calibres 1 al 6, en campo. 200,00-230,00

calibres 1 al 4, en campo. 230,00-280,00

Lonja de Zamora

Información de precios de la Mesa de Cereales del 22 de septiembre de 2020 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando.....	171,00
Cebada.....	149,00
Avena.....	145,00
Alfalfa Empacada.....	126,00
Paja Empacada.....	22,50
Girasol.....	332,00
Centeno.....	142,00

## Generalitat Catalunya

Evolución semanal de precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas y hortalizas, del 21 al 27 de septiembre de 2020, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

FRUTAS	Euros/Kg
Mercolleida (Semana 38-39)	
MANZANAS	
Golden I, 70 i +.....	0,45
PERAS	
Conference 60 i +.....	0,63
Limonera 60 i +.....	0,63
MELOCOTONES	
Amarillo A (67-73).....	1,00
Plano A/B (61-67).....	1,15
NECTARINAS	
Amarilla A (67-73).....	1,00

HORTALIZAS	Euros/Kg
Tarragona (Semana 39)	
Acelga.....	0,43
Berenjena.....	0,62
Judía Plana.....	1,22
Tomate.....	0,56

El Llobregat (Semana 39)	Euros/Kg
Calabacín.....	1,00
Pepinos.....	0,35
Lechuga Romana (unidad).....	0,35
Trocadero (unidad).....	0,35
Zanahoria.....	0,60
Tomate Híbrido.....	0,60



# GREENLINE

*Natural protection*

La gama más amplia de productos para el tratamiento **postcosecha** con **certificación** como insumos para la **agricultura ecológica**.



Comprometidos contigo en reducir el desperdicio alimentario de forma **sostenible**

Detergente:

 **GREENCLEANER**

Conservante:

 **GREENGARD-BN**

Coadyuvantes:

 **GREENCARE-PH**

 **FRUITCARE-PH**

 **GREENAD-AP**



## 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](http://www.fomesafruitech.net)

# KAKI de la Ribera del Xúquer



Patrocinado por

**DECCO** ®  
Naturally Postharvest

valencia  
**fruits**  
Suplementos

CIRILO ARNANDIS / Presidente de la DO Kaki de la Ribera del Xúquer

# “Debemos ser capaces de conseguir rentabilidad para los productores”

*Cirilo Arnandis está convencido de que el kaki tiene futuro pero se debe trabajar en la búsqueda de soluciones para los agricultores. Los precios han bajado y los costes de cultivo se han incrementado. Por ello, el presidente de la DO Kaki de la Ribera del Xúquer insiste en la necesidad de que los productores reciban unas cotizaciones que les permitan llevar a cabo su trabajo con un mínimo de rentabilidad.*

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Qué balance realizan desde el Consejo Regulador de la DO Kaki de la Ribera del Xúquer de la pasada temporada?

**Cirilo Arnandis.** La pasada campaña fue récord en cuanto a comercialización, donde superamos las 115.000 toneladas, aunque a nivel comercial no fue tan satisfactoria ya que los precios que finalmente se pagaron a nuestros productores no fueron los esperados, por lo que esta campaña tenemos que mejorar este aspecto. Después del esfuerzo y trabajo que realizan nuestros agricultores para producir una fruta de calidad, necesitamos que reciban unos precios que les permitan llevar a cabo su trabajo con un mínimo de rentabilidad.

**VF.** ¿Qué previsiones generales de cosecha manejan para



Cirilo Arnandis analiza las previsiones para la presente campaña de kaki y la situación de este cultivo. / ARCHIVO

*el presente ejercicio? ¿Qué volumen espera certificar la Denominación de Origen durante esta temporada?*

**CA.** Lo cierto es que esperamos una merma en la producción que rondará el 30-35% respecto a la pasada campaña. Este año se ha producido una caída fisiológica de frutos mucho mayor que otros años a consecuencia de una primavera muy lluviosa, acompañada de otros factores que hará que las producciones sean bastante más bajas. Respecto al producto certificado, en general suele rondar el 50% de la producción anual, por lo que este año no esperamos que sea muy diferente.

**VF.** ¿Cómo están afectando este año las plagas al cultivo del kaki? ¿Existen actualmente soluciones eficaces para combatirlas?

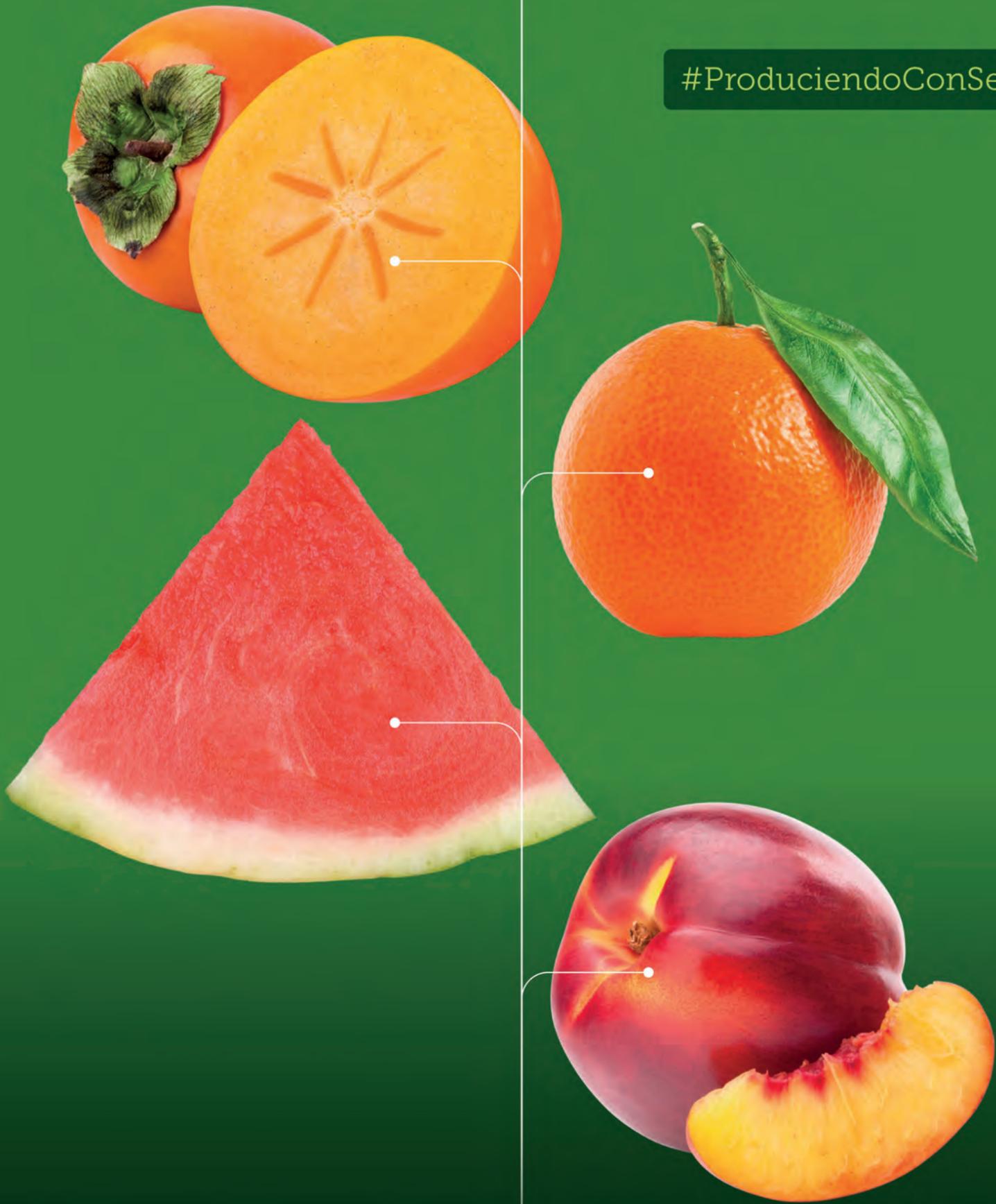
**CA.** El cultivo del kaki ha experimentado en los últimos años una expansión sin precedentes, y con ella también han ido apareciendo problemas a nivel productivo, en algunos casos con enfermedades que nos eran desconocidas, como el caso de la Mancha negra, y en otros casos debido a plagas que ya existían en nuestra zona y que afectaban a otros cultivos como los cítricos pero que hasta el momento no habían afectado especialmente al kaki. Desgraciadamente los nuevos cultivos se encuentran con muchos problemas para conseguir autorizaciones de productos para el control de plagas y enfermedades. Europa tiene una posición bastante estricta en cuanto a la autorización de

*(Pasa a la página 4)*

**persiMon®**,  
la marca de kaki de la  
Denominación de Origen  
Kaki Ribera del Xúquer



#ProduciendoConSeguridad



producción propia, sostenible, responsable, innovadora



**canso**

**Cooperativa Agrícola Ntra. Sra. del Oreto Coop. V.**

Avda. Coop. Verge del Oreto, 1

46250 L'ALCÚDIA (Valencia) Spain

Tel. +34 962 540 566 · info@cansocoopv.es

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

## “Debemos ser..”

(Viene de la página 2)

materias activas, pero estamos trabajando con las administraciones, con la UPV y el IVIA, con la búsqueda de depredadores para estas plagas y confiamos en ir encontrando soluciones.

**VF.** ¿Podrán atender todas las demandas de sus clientes con esta disminución en el volumen de cosecha?

**CA.** Con la experiencia de otros años en los que se han producido reducciones importantes de cosecha, somos conscientes de que esto afectará de alguna forma a nuestros clientes, ya que la pasada campaña, en la que contamos con una gran producción, no tuvimos problemas para comercializarla toda.

Por lo tanto, es de esperar que con la reducción de este año no podamos cubrir toda la demanda de kaki.

**VF.** Y en cuanto a calidad, ¿cómo llega la fruta este año?

**CA.** La fruta llega con una calidad excelente, como viene siendo habitual, incluso con algo más de calibre como consecuencia de la falta de producción en algunas parcelas.

**VF.** Las campañas agrícolas llegan marcadas por la complicada situación generada por la COVID-19. ¿Cómo puede influir la pandemia del coronavirus en el sector del kaki, tanto en el apartado comercial, como en la recolección y los almacenes?

**CA.** Lo cierto es que se trata de una situación complicada, pero tenemos la experiencia del periodo más crítico que fue durante el confinamiento, donde nuestro sector fue capaz de asegurar la distribución sin interrupciones a nuestros clientes.

Por ello pensamos que en este nuevo escenario, con la experiencia de estos meses y con todas las medidas que hemos tomado, podremos garantizar que la campaña de kaki se desarrollara satisfactoriamente, aunque somos



La fruta llega con una calidad excelente, incluso con un calibre mayor que en otras temporadas. / ARCHIVO

**“Para esta campaña esperamos una merma en la producción que rondará el 30-35% respecto al volumen de la pasada temporada”**

conscientes de las dificultades que genera esta situación y que todo resulta algo más complicado y nos podemos encontrar puntualmente con situaciones inesperadas.

**VF.** El sector cítrico se ha visto beneficiado por un aumento de consumo durante la pandemia. Por sus propiedades saludables, ¿esto también puede ocurrir con el kaki?

**CA.** En general, y especialmente en los cítricos, se ha consumido más fruta y verdura, lo que puede deberse al comportamiento a nivel de consumo de las familias en esta época donde se pasa más tiempo en las casas. Y en el caso de los cítricos posiblemente porque el consumidor asocia su consumo con propiedades saludables, lo que lo hace especialmente atractivo en un época como la que estamos viviendo, y que en este caso pensamos que también comparte el kaki, por lo que esperamos que

se valorará especialmente por el consumidor.

**VF.** ¿Qué sensaciones transmiten este año los mercados ante la llegada de esta fruta?

**CA.** La llegada de la campaña de kaki siempre genera buenas perspectivas, ya que es una de las pocas frutas que ha experimentado un mayor crecimiento en los últimos años en los mercados. Pero como comentábamos antes, debemos ser capaces de conseguir una mejor rentabilidad para nuestros productores. El sector agrario se ha mostrado como imprescindible durante estos meses, y que siga siéndolo pasa porque nuestros productores reciban precios justos por su trabajo.

**VF.** La Denominación de Origen Kaki Ribera del Xúquer sigue centrada en el desarrollo de grandes campañas de promoción. ¿Qué programa e iniciativas han diseñado para esta campaña?

**CA.** Seguimos trabajando tanto en mercados clave, como son Alemania, Francia o Reino Unido, como en destinos emergentes como Canadá, Emiratos Árabes o Arabia Saudita donde estamos experimentando crecimientos en el consumo cada año. Y, por supuesto, seguimos apostando por el mercado nacional, hoy por hoy el principal destino de nuestro kaki.

**“Es previsible que con la importante reducción de cosecha prevista para esta temporada no podamos cubrir toda la demanda de kaki”**

**VF.** ¿En qué momento se encuentra el cultivo del kaki? ¿Cómo está evolucionando la superficie de cultivo amparada por la Denominación de Origen?

**CA.** En los últimos años se ha reducido considerablemente el crecimiento del cultivo. La bajada de los precios en las últimas campañas, unido al incremento de los costes de cultivo, ha hecho que muchos agricultores se hayan replanteado buscar otras alternativas. No obstante, nosotros estamos convencidos de que tiene futuro pero debemos trabajar en la búsqueda de soluciones para nuestros agricultores, ya que sin ellos no existiría la producción agrícola. Aunque se ha dicho muchas veces y con la pandemia se puso de manifiesto, el sector agrícola es básico, pero hay que ser conscientes de los problemas que atraviesa.

**VF.** ¿En qué líneas debe trabajar el sector del kaki para seguir creciendo con rentabilidad?

**CA.** El cultivo del kaki es relativamente joven, así que creo que nos queda mucho camino por hacer. Si nos comparamos con el cultivo de cítricos, con la experiencia que tenemos en nuestra zona y todavía nos encontramos continuamente con nuevos retos, no puede ser menos para un cultivo que ha crecido tan rápido como el kaki.

Creo que tenemos que mejorar en todos los sentidos y valorar todo el trabajo bien hecho que hemos llevado a cabo durante todos estos años y seguir trabajando para poder ofrecer lo que nuestros clientes y consumidores esperan.

**VF.** En el campo de la exportación, ¿se plantean explorar y dar a conocer el kaki en nuevos mercados esta temporada? ¿Cuáles serían actualmente los mercados por abrir más interesantes para esta fruta?

**CA.** Siempre es interesante abrir nuevos mercados, y trabajamos continuamente en este sentido. Se ha trabajado intensamente para abrir el mercado chino, que en estos momentos esta pendiente de las autoridades locales. También se está trabajando para llegar a otros mercados en Sudamérica, pero también tenemos que seguir trabajando para mejorar la vida comercial del kaki para llegar a destinos tan lejanos, sin olvidar que llegamos actualmente a más de 40 países.

**VF.** Para finalizar, como presidente de la Denominación de Origen, ¿qué espera de la campaña 2018/2019?

**CA.** Como todos los años esperamos ganarnos al consumidor con nuestra fruta. Estamos convencidos de que aquellos consumidores que la descubren por primera vez siempre se sorprenden por su calidad y pasan a ser nuevos consumidores. Si seguimos trabajando para darla a conocer estamos seguros de que todos podremos estar satisfechos, tanto clientes como productores.

**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](http://msc.com/reefer) **MOVING THE WORLD, TOGETHER.**



## Deliciosamente frescos, sanos y sabrosos

Las cámaras Control-Tec™ Persimmon, son una excelente opción para eliminar la astringencia del caqui, alcanzándose las características organolépticas óptimas que desean los consumidores.

Nuestro Sistema de Calidad SmartFresh™ permite mantener la firmeza de la fruta durante más tiempo, así como protegerla contra el pardeamiento interno debido a daños por frío en conservación, reduciendo las pérdidas por mermas.

Con ambas tecnologías, le ayudamos a llegar con éxito a los mercados domésticos y de exportación.

# AgroFresh

Advancing the future of freshness™



AgroFresh.com

### RESPONSABLE COMERCIAL

**José M. Marrero**  
Tel: 683 197 868  
jmarrero@agrofresh.com

**Carlos García**  
Tel: 696 447 126  
cgarcia@agrofresh.com

**Daniel Fernández**  
Tel: 696 447 132  
dpastrana@agrofresh.com

Lea siempre la etiqueta y la información del producto antes de usarlo y preste atención a las frases de advertencia y los pictogramas.

Las condiciones y los resultados individuales pueden variar. AgroFresh no puede garantizar resultados comparables. Los términos completos están disponibles en [www.agrofresh.com/terms-conditions](http://www.agrofresh.com/terms-conditions)

©2020 AgroFresh. Reservados todos los derechos.

PASCUAL PRATS / Presidente de la Asociación Española del Kaki

# El 'boom' del kaki se ha frenado

*Pascual Prats considera que la expansión del cultivo del kaki se ha frenado, lo que no significa que este cultivo no tenga recorrido. El número de hectáreas está disminuyendo a un ritmo lento, pero constante. La rentabilidad del productor ha descendido mucho y los costes se han incrementado de forma notable para luchar contra las plagas. Por ello, el presidente de la Asociación Española del Kaki considera que solo los agricultores profesionales tendrán futuro.*

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Qué balance realizan desde la Asociación Española del Kaki de la pasada campaña?

**Pascual Prats.** El balance económico de la pasada temporada fue malo. Se obtuvieron liquidaciones muy bajas en el conjunto y en el mejor de los casos se cubrieron gastos, pero la gran mayoría de productores perdieron dinero con el kaki. El año pasado, debido al elevado volumen de producción, la presión fue muy alta y los precios muy bajos.

**VF.** ¿Qué previsiones manejan para el presente ejercicio?

**PP.** Para este año, las previsiones reflejan una merma de al menos un 30% sobre la producción total debido a la climatología de la primavera, que ha provocado problemas en el cuajado y caída de fruta. Estimamos que esta campaña podemos obtener una cosecha aproximada de 300.000 toneladas.

No obstante, todavía existe cierta incertidumbre debido a los efectos que este año están provocando plagas como la mosca blanca o el cotonet. Estas plagas generan problemas cuya dimensión real no se ve hasta que se comienza a recolectar. Por ejemplo, el cotonet se mete detrás del pedúnculo de la fruta y hasta que no recoges no sabes realmente los focos y la cantidad que tienes. Pero normalmente el volumen de fruta afectada supera a la que se observa visualmente. Los efectos de las plagas podrían provocar otra merma que aún no está contemplada porque hasta la fecha se han recolectado pocas parcelas.

Lo que resulta evidente es que esta campaña habrá un volumen de cosecha más reducido que en la pasada temporada y los costes serán más altos para seleccionar mejor la fruta en el campo. De esta forma, el kaki que presente algún problema de plagas se eliminará en el terreno para que no llegue al almacén y la calidad sea buena.

**VF.** ¿Existen actualmente soluciones eficaces para combatir estas plagas?

**PP.** Un problema como la *Mycosphaerella nawae*, que ya creíamos tener controlado, este año también está afectando al cultivo del kaki. No obstante, se puede controlar con bastante efectividad. Sin embargo, la mosca blanca y el cotonet son más problemáticos y de momento tienen difícil solución.

Concretamente, el cotonet es una cochinilla que resulta difícil eliminar. Aunque nos han aprobado otro insecticida, los productos autorizados actualmente son caros y no tienen la efectividad que quisiéramos. A día de hoy no contamos con una solución efectiva para hacer frente a esta plaga. Se están investigando nuevos productos, pero en estos momentos las armas disponibles



Pascual Prats pone de manifiesto que la época de expansión masiva del kaki ha pasado. / ÓSCAR ORZANCO



Los costes de producción del kaki se han incrementado notablemente. / ARCHIVO

“Estimamos que esta campaña podemos obtener una cosecha aproximada de unas 300.000 toneladas”

“Se están investigando nuevos productos, pero en estos momentos las armas disponibles para luchar contra el cotonet se quedan cortas”

“Los efectos de las plagas podrían provocar otra merma de cosecha que aún no está contemplada porque hasta la fecha se han recolectado pocas parcelas”

“La problemática de las plagas va a conllevar una criba y solo los agricultores profesionales, que extreman los cuidados del cultivo, tendrán futuro”

para luchar contra el cotonet se quedan cortas.

**VF.** Los problemas con las plagas y los costes derivados, ¿qué consecuencias pueden tener en el sector del kaki?

**PP.** La rentabilidad del productor de kaki ha descendido mucho. El año pasado vivimos un año malo en liquidaciones y esta campaña afrontamos unos gastos muy altos porque cada

De hecho, considero que hay zonas en las que del cultivo del kaki van a volver al cítrico. Con el tiempo se irán reduciendo las plantaciones de kaki y eso puede ser beneficioso de cara a campañas futuras.

El número de hectáreas está disminuyendo a un ritmo lento, pero constante, por el tema de los problemas con las plagas o la disminución de la rentabilidad. La sobreproducción que se preveía hace unos años, en vista del importante incremento de la superficie de cultivo, creo que no va a llegar ya nunca.

El 'boom' del kaki se ha frenado, lo que no significa que este cultivo no tenga futuro. Pero, tiene futuro solo para el productor profesional.

La línea es avanzar hacia una mayor profesionalización porque para hacer frente a las plagas hay que contar con técnicos para realizar los tratamientos, y estar pendientes del cultivo para no perder la cosecha. Ahora no vale todo, hay que hacerlo muy bien para garantizar fruta de calidad.

**VF.** ¿Cómo puede influir la pandemia del coronavirus en el sector del kaki, tanto en el apartado comercial, como en la recolección y los almacenes?

**PP.** En principio no prevemos problemas comerciales, pero sí que se incrementarán los gastos derivados de aspectos de control, análisis, planes de prevención y seguridad que se llevan de manera estricta para evitar el cierre de almacenes. En definitiva, afrontamos la campaña con sobrecostes en todos los ámbitos. Más en la producción por las plagas, más en la recolección para seleccionar mejor la fruta y más por las medidas de seguridad contra el coronavirus.

**VF.** El consumo cítricos se ha disparado durante la pandemia, ¿esto también puede ocurrir con el kaki?

**PP.** El carácter de fruta saludable del kaki puede ayudar, como ha ocurrido con los cítricos y otros productos, a que su consumo se incremente en esta situación de pandemia. Aunque el consumo va aumentando poco a poco todos los años porque todavía hay consumidores que no conocen esta fruta.

**VF.** Esta campaña, con una cosecha más corta, ¿desde la asociación se ha planteado explorar nuevos mercados para exportar?

**PP.** Este año al haber menos producción no hay tanta necesidad de exportar a mercados lejanos, fuera de las fronteras de la Unión Europea. Unos envíos que conllevan un riesgo importante. Por ello, creo que las empresas que conforman la asociación se centrarán más en el mercado nacional y europeo, sin desatender a sus clientes consolidados fuera de Europa.

**VF.** ¿En qué proyectos se encuentra trabajando actualmente la Asociación Española del Kaki?

**PP.** Estamos trabajando con la Universidad de Valencia en un proyecto para tener un mayor control sobre la astringencia y, por otro lado, investigar, junto a empresas como AgroFresh, en el tema de la conservación para poder llegar a mercados más lejanos con garantías de calidad.



# LA UNIÓN HACE LA FRUTA TOGETHER IS BETTER

## LISTADO DE ASOCIADOS



### AGRONATURA FRUITS, S.L.

46230 · ALGINET  
Tlf. 96.175.21.71  
**e-mail:** agronaturafruits@gmail.com

### AGRUFROT, S.L.

46816 · ROTGLÀ i CORBERÀ  
Tlf. 96.225.40.36  
**e-mail:** calidad@agrufrot.es

### ÁNGELA IMPORT EXPORT, S.L.

46240 · CARLET  
Tlf. 96.253.12.94  
**e-mail:** angelaimportsl@gmail.com

### ARANTRADE, S.L.

21650 · CIEZA  
Tlf. 96.876.51.25  
**e-mail:** arantrade@hotmail.com

### BLASCO FRUIT, S.L.

12400 · SEGORBE  
Móvil. 609.05.43.12  
**e-mail:** joseluis@blasco-fruit.com

### BOSKAKI, S.L.

46840 · LA POBLA DEL DUC  
Tlf. 96.225.00.88  
**e-mail:** jboskakisl@gmail.com

### DISPLAFRUIT, S.A.

46230 · ALGINET  
Tlf. 96.175.06.51  
**e-mail:** info@displafruit.com

### E. PONS GASCON, S.L.

46760 · TAVERNES DE LA VALLDIGNA  
Tlf. 648.63.44.53  
**e-mail:** e.pons\_gascon@yahoo.es

### FERMONDUC, S.A.

46840 · LA POBLA DEL DUC  
Tlf. 96.225.00.45  
**e-mail:** info@fermonduduc.com

### FRANCISCO MAGRANER AÑO, S.L.

46440 · ALMUSSAFES  
Tlf. 96.122.61.70  
**e-mail:** javiermagraner@iberdur.com

### FRUITES TOT L'ANY, S.L.

46600 · ALZIRA  
Tlf. 96.241.76.63  
**e-mail:** bernardo@fruitestotlany.es

### FRUTA DE AUTOR, S.L.

46800 · XÀTIVA  
Tlf. 615.10.43.44  
**e-mail:** comercial@frutadeautor.com

### FRUTAS ALEJANDRO, S.L.

46800 · XÀTIVA  
Tlf. 607.31.33.27  
**e-mail:** frutaspabel@frutaspabel.com

### FRUTAS CHESCO MARTÍNEZ, S.L.U.

12489 · SOT DE FERRER  
Tlf. 695.61.30.45  
**e-mail:** chescmartinez@hotmail.com

### FRUTAS DALMAU SAT 474 CV

46388 · GODELLETA  
Tlf. 96.180.04.83  
**e-mail:** info@frutasdalmau.com

### FRUTAS HERNARA, S.L.

46293 · BENEIXIDA  
Tlf. 96.258.00.57  
**e-mail:** adm@frutashernara.es

### FRUTAS INMA, S.L.

46291 · BENIMODO  
Tlf. 96.253.14.71  
**e-mail:** pedidos@frutasinma.com

### FRUTAS MONTIFRUT, S.L.

46842 · MONTICHELVO  
Tlf. 616.96.43.12  
**e-mail:** frutasmontifrut@hotmail.com

### FRUTAS PASCUAL, S.L.

46841 · CASTELLÓ DE RUGAT  
Tlf. 96.281.36.22  
**e-mail:** frutaspascual@buzonseguero.com

### FRUTAS RANA, S.L.

46841 · RUGAT  
Tlf. 96.281.34.51  
**e-mail:** rana@gruporana.es

### FRUTAS ROSMI, S.L.

46667 · BARXETA  
Tlf. 96.222.82.17  
**e-mail:** frutasrosmi@telefonica.net

### FRUTAS SAMBA, S.L.

46185 · AIELO DE MALFERIT  
Tlf. 96.236.01.34  
**e-mail:** frutasamba@gmail.com

### FRUTAS VITORE, S.L.

46136 · MUSEROS  
Tlf. 96.142.10.09  
**e-mail:** frutasvitore@gmail.com

### FRUXERESA, S.L.

46612 · CORBERA  
Tlf. 96.004.66.45  
**e-mail:** smarcarell@fruxeresa.com

### GREEN FRUIT, S.L.

46013 · VALENCIA  
Tlf. 96.124.10.42  
**e-mail:** greenfruit@greenfruit.es

### HATO VERDE SAT 9972

46450 · BENIFAIÓ  
Tlf. 96.175.42.72  
**e-mail:** vicent@sathatoverde.com

### HNOS. LLOPIS SAT 15 CV

12591 · LA LLOSA  
Tlf. 96.262.31.87  
**e-mail:** info@hermanosllopis.es

### HNOS. TORMO E HIJOS, S.L.

46800 · XÀTIVA  
Tlf. 96.227.59.52  
**e-mail:** javi@ceramicamolla.com

### HUERTO LAS PARRAS SAT 47 CV

46100 · ENOVA  
Tlf. 96.297.92.57  
**e-mail:** pascual.prats@huertolasparras.com

### KAKIFRESH NATURE, S.L.

21440 · LEPE  
Tlf. 676.48.11.78  
**e-mail:** gerardo@frutasesther.es

### LA ESPESA S.A.T.

22530 · ZAIDIN  
Tlf. 97.447.84.38  
**e-mail:** laespesa@frutaslaespesa.com

### MADREMIA, S.L.

46650 · CANALS  
Tlf. 96.224.11.76  
**e-mail:** e.madremia@gmail.com

### MARCOS MARCO SILVESTRE

46130 · MASSAMAGRELL  
Tlf. 607.11.67.19  
**e-mail:** gestion@melaniafruits.com

### MARTÍ FRUIT, S.L.

46837 · QUATRETONDA  
Tlf. 96.226.47.91  
**e-mail:** martifruit@martifruit.es

### MONTESA INTEGRAL AGRÍCOLA SAT 1001

46814 · LA GRANJA DE LA COSTERA  
Tlf. 96.225.44.11  
**e-mail:** jamarti@morondo.com

### ONUBAFRUIT S. COOP. AND

21001 · HUELVA  
Tlf. 95.954.08.44  
**e-mail:** onubafruit@onubafruit.com

### ORGANIC CITRUS, S.L.

21650 · EL CAMPILLO  
Tlf. 95.958.80.58  
**e-mail:** contabilidad@rtfruit.com

### PIPA'S FRUIT ALGINET, S.L.

46230 · ALGINET  
Tlf. 635.50.62.54  
**e-mail:** pipasfruitalginet@outlook.es

### RIBER MAGFRUITS, S.L.

46250 · L'ALCUDIA  
Tlf. 667.33.90.66  
**e-mail:** ribermagfruits@ribermagfruits.com

### RICAFRUT LLUTXENT, S.L.

46838 · LLUTXENT  
Tlf. 96.292.30.11  
**e-mail:** ricafrut@hotmail.com

### THE NATURAL HAND, S.L.

46470 · ALBAL  
Tlf. 96.004.63.20  
**e-mail:** info@thenaturalhand.com

### VERCOM SAT 7075

46791 · BENIFAIÓ DE LA VALLDIGNA  
Tlf. 96.281.04.76  
**e-mail:** oscarvercher@bollo.es

### VERFRUT, S.L.

46816 · ROTGLÀ i CORBERÀ  
Tlf. 96.225.40.31  
**e-mail:** info@verfrut.com

### YACUFRUT, S.L.

46830 · BENIGANIM  
Tlf. 96.292.01.07  
**e-mail:** yacufrut@hotmail.com

CARLOS NEMESIO / Responsable de Kaki del Grupo Anecoop

# “Se dan las circunstancias para tener una campaña mejor que el año pasado”

*Esta es la conclusión de Carlos Nemesio, responsable de Kaki de Anecoop, al analizar los diferentes aspectos que marcan la nueva temporada de kaki. En el campo hay una menor cosecha debido al factor clima, una mayor incidencia de plagas y al abandono del cultivo, pero en contrapartida, los mercados estratégicos del grupo muestran un mayor interés por la fruta estrella del otoño-invierno. Así pues, a pesar de la crisis sanitaria por el coronavirus como telón de fondo, Carlos Nemesio está convencido de que los precios para el agricultor serán mejores que el año pasado.*

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. Tras la entrada como socio de la Cooperativa de Alginet (COAGRI) el año pasado, ¿cuál es ahora mismo la participación de Anecoop en la producción de kaki?

Carlos Nemesio. Antes de su entrada, el porcentaje era del 45%. Actualmente, de la producción nacional, agrupamos alrededor del 55%, coordinando tanto el cultivo como los controles de calidad y la comercialización a través del Grupo Persimon de Anecoop.

VF. ¿Cuáles son las primeras previsiones de cosecha que maneja Anecoop?

CN. Este año, con la entrada de COAGRI, frente a la previsión a la baja que hay en general en la oferta de kaki, desde Anecoop esperamos mantener un volumen de producción similar al año pasado.

VF. ¿Cuáles son los motivos de esta menor producción en campo?

CN. Este año hay dos factores que están haciendo que la oferta total de producto sea

menor en comparación a años anteriores. En primer lugar, la situación climatológica en los meses de marzo y abril sometió a los árboles a un estado de estrés que derivó en una caída de flor importante. Esta caída ha propiciado un menor rendimiento de kilos por árbol; pero en contrapartida, los frutos tienen un mayor calibre.

El segundo factor es la presencia y afectación de plagas, este año con una mayor incidencia. Por un lado, la mosca blanca, que provoca negrilla en el fruto. Luego, se está verificando una masiva presencia del cotonet, debido a la eliminación de materias activas eficaces para el kaki, como es el metil clorpirifos, que imposibilita su control químico. Y por último, se ha constatado la reaparición de brotes del hongo Mycosphaerella, que en el año 2008 ocasionó la caída masiva de frutos del árbol.

Estos dos factores son la causa principal de un menor rendimiento por hectárea y de que haya una afección



En opinión de Carlos Nemesio, el precio medio, al final de campaña, es fácil que sea mejor respecto al año pasado, máxime si tenemos en cuenta que la pasada temporada fue muy negativa para el productor de kaki. / ARCHIVO

importante en las partidas comerciales.

Así las cosas, a pesar de tener una previsión de cosecha, de entrada, parecida al año pasado, en Anecoop estimamos que el rendimiento de estas partidas será un 30% inferior en relación a 2019. Pero esta cifra es una primera previsión, ya que ahora mismo hay una gran incertidumbre con lo que pueda pasar en el campo. El año pasado, Anecoop comercializó 162.000 toneladas de kaki, de las cuales alrededor del 90% corresponde a kaki Persimon®. Sin cifras concretas aún, podemos confirmar que en esta campaña estaremos por debajo.

VF. ¿No existen productos alternativos del metil clorpirifos que permitan controlar la propagación del cotonet?

CN. Incomprendiblemente, desde Bruselas se decidió prohibir este producto fitosanitario para el control del cotonet en el kaki sin tener en cuenta que no hay un producto sustitutivo realmente eficaz.

Por lo tanto, es de esperar que los ataques de cotonet proliferen, y esto afecte a los rendimientos por hectárea en próximas campañas.

VF. ¿El abandono del cultivo también es otra de las razones de este descenso productivo que presenta la campaña 2020-2021?

CN. No es un tema que afecte directamente a Anecoop, pero sí tiene su efecto directo en esta menor disponibilidad de producto. Además de los factores antes mencionados, el progresivo abandono del cultivo en los últimos años por falta de rentabilidad, se suma a las razones del descenso de cosecha prevista para la campaña 2020-2021.

VF. Entonces, ¿podemos decir que Anecoop mantiene su plan de crecimiento para los próximos cinco años?

CN. Al igual que en otros productos, en el kaki también hay un efecto ‘llamada’ en la parte de producción, que depende de los resultados obtenidos al final de cada campaña.

El mal sabor de boca que dejó el kaki el año pasado ha hecho que algunos socios hayan optado por abandonar su cultivo, mientras que otros han aumentado la superficie de cultivo.

Estas salidas y entradas dan como resultado un ‘aplanamiento’ de la curva de crecimiento, pero sin perder la tendencia al alza que viene registrando Anecoop en los últimos años. Una vez concluya la temporada 2020-2021, veremos si esta pendiente se agudiza, baja o se mantiene como hasta ahora.

VF. Y ¿qué se ambiente se respira en los mercados?

CN. El kaki es un producto cada vez más conocido en el mercado. Especialmente el Persimon®, que por su sabor, tamaño y facilidad de consumo, se ha convertido en un producto requerido y presente en los lineales de los supermercados desde finales de septiembre hasta febrero. Por tanto, hay una demanda creada para el producto durante su corta temporada.

De cara a la presente campaña, el mercado es conocedor de la situación y los clientes están a la espera de lo que pueda pasar en el campo.

En definitiva, a pesar de la preocupación existente en el campo, hay cierta alegría en los mercados.

VF. Si hablamos de una oferta más corta en kilos disponibles y una demanda activa para los cinco-seis meses en los que se desarrolla la temporada de kaki, ¿esto hace pensar que los precios serán mejores respecto a los registrados el año pasado?

CN. El precio medio, al final de campaña, es fácil que sea mejor respecto al año pasado, máxime si tenemos en cuenta que la pasada temporada fue muy negativa para el productor de kaki. De todas formas, frente a un año en el que se espera más demanda que oferta, a priori, todo hace pensar que será una campaña con buenos precios. Ahora mismo, en campo las cifras giran en torno a 0,35-0,37 €/kilo. Nada que ver con los precios que se registraron el año pasado por estas fechas.



## CO<sub>2</sub>

el mejor tratamiento para eliminar la astringencia del caqui

Más información

T 902 13 02 02

oferta@carbueros.com

carbueros.com



¡Síguenos en redes sociales!



**CARBUEROS METALICOS**  
Grupo Air Products

## La promoción del kaki Persimon®

Anecoop es el principal comercializador español de Kaki Persimon® y esto se debe fundamentalmente a la labor en conjunto de todos sus socios productores que coordinan su trabajo dentro del Grupo Persimon de Anecoop y a su estrecha colaboración con la DO Kaki Ribera del Xúquer, sello de calidad de la variedad Rojo Brillante. “Para abrir mercados y dar a conocer esta fruta en la sociedad, ya que aún es una gran desconocida, conjuntamente realizan una importante inversión y una intensa promoción en varios países”, explica Carlos Nemesio.

La DO cuenta con el apoyo de la Generalitat Valenciana, la Unión Europea y el ICEX lo que le permite realizar campañas en países como Alemania, Francia y España, dentro de la Unión Europea, y fuera de la misma en Reino Unido, Canadá, Emiratos Árabes y Arabia Saudí. Por su parte, “Anecoop completará este esfuerzo promocional realizando campañas complementarias en España, Alemania, Francia, Polonia, Bielorrusia, República Checa, Serbia, Eslovaquia y Eslovenia, con un importante peso de las acciones en las redes sociales, TV y con clientes en los puntos de venta”, confirma el responsable de Kaki de Anecoop. ■



El kaki Persimon®, por su sabor, tamaño y facilidad de consumo, se ha convertido en un producto requerido y presente en los lineales de los supermercados desde finales de septiembre hasta febrero. / ANECOOP.

“En campo, las cifras giran en torno a 0,35-0,37 €/kilo. Nada que ver con los precios del año pasado por estas fechas”

VF. ¿Cómo ha condicionado la irrupción de la COVID-19 a la operatividad de Anecoop?

CN. Desde la irrupción de la pandemia, Anecoop tomó todas las medidas sanitarias pertinentes y organizó toda la actividad en campo, almacenes y oficinas para controlar posibles contagios. Estas medidas se han reforzado durante el verano para evitar paralizar el trabajo en alguna de las cooperativas socias. Así mismo, se ha establecido un plan de acción de respuesta rápida en caso de vernos obligados a paralizar la actividad de algún almacén debido a un brote de contagios.

VF. ¿Preocupa un posible nuevo cierre de fronteras ante la confirmación de la segunda ola del virus?

CN. Hay una cierta intranquilidad ante la decisión que puedan tomar países estratégicos para la exportación del kaki. Evidentemente, una situación como la que se vivió en los meses de marzo y abril sería muy negativa para cualquier actividad económica y para la sociedad en general. No creo que vaya a producirse un cierre de fronteras, aunque sí es posible que se den cierres parciales de países destino.

Esto claramente tendrá un efecto directo en el consumo, no solo en las cantidades sino también en la manera de consumir de la población en general.

VF. ¿Se muestra optimista a la hora de afrontar esta nueva campaña?

CN. Sinceramente opino que estamos ante una campaña con mejores perspectivas en comparación al año pasado. Los mercados están receptivos y muy activos a pesar de la pandemia. No creo que vuelva a repetirse un cierre de fronteras, ya que económicamente Europa no puede hacer frente a una situación como la vivida en los meses de primavera.

Por otra parte, el consumo mantiene su línea ascendente, el kaki se ha convertido en la fruta estrella del otoño-invierno y en los mercados denotan alegría con una demanda activa.

Por ahora, se dan las circunstancias para tener una mejor campaña que el año pasado.

“  
Cuando eliges  
frutas y verduras

**BOUQUET** ...

**DAS VIDA  
PARA EL  
CAMPO**

”

Comprando **BOUQUET** das más

**RACIONES  
DE VIDA PARA  
EL CAMPO**

Y más valor  
a lo nuestro.  
A lo tuyo.

● Afianzas  
la **POBLACIÓN**  
al **MEDIO RURAL**

● Limitas  
el **ABANDONO**  
de **CAMPOS**

● Facilitas  
el **RELEVO**  
**GENERACIONAL**

Otras iniciativas en  
» **bouquet.es**

**RACIONES DE COOPERACIÓN · LIBERTAD · RECONOCIMIENTO · VALENTÍA · FUTURO**

# “Ribercamp busca mejorar los precios y los ingresos de los socios”

Equipo de Dirección de la Cooperativa de Carlet

*Este año ha comenzado a funcionar Ribercamp, una cooperativa de segundo grado que integra a las cooperativas de Carlet y Guadassuar. El Equipo de Dirección de la Cooperativa de Carlet señala que “el objetivo de esta integración es aunar esfuerzos, optimizar recursos y generar economías de escala a todos los niveles” con el objetivo de mejorar la rentabilidad de los socios.*

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Cuáles son las estimaciones de producción de kaki para esta temporada?

**Equipo de Dirección de la Cooperativa de Carlet.** Para esta campaña en la cooperativa esperamos una producción de unas 40.000 toneladas, un volumen similar al obtenido el año pasado.

**VF.** Una de las novedades de este año es que ha comenzado a funcionar Ribercamp, una cooperativa de segundo grado que integra a las cooperativas San Bernat de Carlet y Guadacoop de Guadassuar. ¿Con qué objetivo se ha producido esta integración y cómo puede repercutir en una fruta como el kaki?

**EDCC.** El objetivo de esta integración es aunar esfuerzos, optimizar recursos y generar economías de escala a todos los niveles, de forma que pueda repercutir de mejor manera en el precio de la liquidación de la fruta y en los ingresos a los socios.

**VF.** En el conjunto del sector se habla de una reducción del 30% en el volumen de cosecha respecto a la pasada

temporada ¿A qué se debe esta disminución?

**EDCC.** La estación de primavera fue especialmente lluviosa, afectando al cultivo del kaki en la floración, cuajado y desarrollo del fruto. A esto se ha sumado además la aparición y consolidación de plagas en julio y agosto que afectan al fruto y su calidad convirtiéndolo en no comercial, como son el cotonet y la mosca blanca, que genera la negrilla. Esto se ha producido sobre todo por la prohibición de la UE del uso de fitosanitarios efectivos contra ellas, sin ofrecernos alternativas eficaces.

**VF.** ¿En qué medida están afectando este año estas plagas al cultivo del kaki?

**EDCC.** Las plagas que han aparecido como la mosca blanca o el cotonet están generando en algunos puntos destríos superiores al 50% con una gran afectación al fruto. Las soluciones rápidas y realmente eficaces han sido prohibidas por la UE y no hay una alternativa actualmente realmente eficaz para combatirlos.

**VF.** ¿Cómo puede influir la pandemia en el sector del kaki?



## Luces y sombras

El Equipo de Dirección de la Cooperativa de Carlet señala que la pasada campaña fue en general mala, con una gran cantidad de kilos producidos, con un precio de comercialización muy bajo, posiblemente por ese motivo de excedencia, y con una mano de obra muy costosa por diferentes motivos. “La parte positiva, que es la que nos debe motivar para seguir mejorando, es que toda esa producción pudo comercializarse de forma que se llegó a más hogares y, por tanto, el destino del kaki tuvo mayor alcance y difusión, lo cual puede ayudar a alcanzar el crecimiento que buscamos”, señalan desde la dirección de la cooperativa. ■



Los kakis que producen los socios de la cooperativa de Carlet se comercializan en todo el mundo. / COOPERATIVA DE CARLET

**EDCC.** En campo, para la recolección, y en almacén, para la confección, lo más importante es mantener la seguridad de nuestros empleados. Para ello se han establecido una serie de medidas de seguridad como las recomendadas por las autoridades sanitarias y otras extra que ha tomado la propia cooperativa, de forma que se minimicen las restricciones laborales y de contagio entre los trabajadores y que no bloqueen o interrumpan nuestras labores. Una restricción del trabajo o cierre del mismo, aunque sea temporal, podría repercutir en una situación catastrófica en caso de no poder dar salida a toda la producción esperada, generando pérdidas importantísimas a todos los niveles.

**VF.** Tras una campaña complicada, como la del año pasado, ¿en qué momento se encuentra el cultivo del kaki?

**EDCC.** El cultivo empieza a alcanzar un punto de equilibrio entre producción, comercialización y consumo, de manera que comienza a autorregularse. Esto ha hecho que las superficies de cultivo des-

tinadas al mismo sean constantes y por tanto permita un mayor control y planificación de la producción.

**VF.** ¿En qué líneas debe trabajar el sector del kaki para seguir creciendo y continuar siendo un cultivo rentable?

**EDCC.** Manteniendo la calidad, tanto de fruto como de servicio, potenciar una buena Denominación de Origen reconocida, e invirtiendo en campañas de marketing y divulgación que le den a conocer, mostrando los beneficios y cualidades de esta fruta.

**VF.** ¿Qué volumen de producción prevén certificar esta temporada bajo el sello de calidad de la DOP?

**EDCC.** La intención es trabajar la mayor cantidad posible, condicionado por la incertidumbre de los mercados, pero respaldando la comercialización bajo la DO, por la que seguimos apostando, ya que la intención es que sea el garante, regulador y sello de calidad que defienda todos los intereses sobre este cultivo y de sus socios, dando así también plenas garantías al consumidor.

**VF.** ¿Hacia qué destinos se dirigen los kakis que se comercializan a través de la Cooperativa de Carlet? ¿Considera necesario abrir nuevos mercados para el kaki español?

**EDCC.** Los destinos a los que llega el kaki español, y en concreto a los que produce la cooperativa de Carlet como DO, son a todo el mundo, aunque hay aún mercados que pueden potenciarse como son el ruso o chino, en los que se nos ayudaría con la eliminación del veto en el caso de Rusia y la definición de protocolos de exportación para destinos como el de China.

**VF.** Para finalizar, ¿qué objetivos esperan cumplir esta temporada?

**EDCC.** El objetivo principal es poder realizar la campaña sin graves incidencias por el COVID-19, que nos permita poder trabajar de manera continuada toda la temporada consiguiendo poder recolectar toda la fruta adscrita a la cooperativa y poder de esta forma comercializar toda nuestra producción. A partir de ahí, los objetivos se centrarán en exigir una buena recolección de calidad en campo y seguir con la mejora continua, optimizando nuestros procesos, y conseguir unos precios de venta dignos que hagan de nuestro cultivo un medio de vida rentable para los socios.

**diplöm**

**innovando por tradición**

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

**CoopCarlet**  
Natural fruits

CALIDAD Y SERVICIO GARANTIZADO



La ubicación de Maf Roda en la principal región de cultivo del kaki les permite conocer de primera mano las dificultades a las que hacen frente los almacenes dedicados a la confección de esta fruta. / ARCHIVO

# Maf Roda: fiabilidad en máquinas postcosecha para confección del kaki

► JAIME MENDIZÁBAL. MAF RODA. Tras una última campaña de kaki marcada por un volumen de producción elevado y un mercado irregular, los exportadores encaran la campaña 2020-2021 bajo unas circunstancias muy diferentes.

La propia naturaleza del árbol, junto a la propagación de algunas plagas en ciertas áreas, ha limitado el volumen de kaki disponible hasta situar las previsiones en el entorno de los 300 millones de kilos. Este volumen más reducido y el incremento de consumo de cítricos y fruta de hueso visto a raíz de la aparición de la pandemia COVID-19, hacen prever una campaña más dinámica y sostenida.

“Los principales almacenes de kaki están, sin duda, mejor preparados que en campañas precedentes”

Para afrontar esta campaña, los principales almacenes de kaki están, sin duda, mejor preparados que en campañas precedentes. Este año hemos asistido a una modernización general de las líneas de kaki con la puesta en funcionamiento de una veintena de nuevas líneas de calibrado Maf Roda, que vienen a sumarse a las casi 100

“Esta temporada hemos asistido a una modernización general de las líneas dedicadas a esta fruta”

líneas de calibradores que ya disponíamos.

Estas nuevas líneas van equipadas con la última tecnología a nivel de calidad automática Globalscan 7, que gracias a sus cámaras multi-espectrales, permiten clasificar la fruta con una precisión muy elevada, y van a permitir a nuestros clientes sacar el máximo partido de la fru-

“Este año se han puesto en funcionamiento una veintena de nuevas líneas de calibrado de la firma Maf Roda”

ta entrante. Nuestra ubicación en la principal región de cultivo de kaki nos ha permitido conocer de primera mano las dificultades a las que hacen frente los almacenes dedicados a la confección de esta fruta. Esta cercanía nos ha permitido por tanto diseñar líneas completamente adaptadas mecánicamente al fruto, desde el volcado al enca-

jado, evitando así los problemas de golpes, rayado y esmerilado que tan críticos resultan en un producto como el kaki.

Por otro lado, los numerosos ensayos realizados en los principales almacenes exportadores de kaki han permitido desarrollar todos los sistemas de automáticos de calidad externa e interna, llegando incluso a detectar el problema de ennegrecimiento interno del kaki que acontece en ciertos momentos de la campaña.

Toda esta evolución hace de la firma Maf Roda la empresa más fiable a la hora de llevar a cabo inversiones en maquinaria postcosecha para la confección del kaki.



**MAF RODA**®  
AGROBOTIC®

**SORTING ● HANDLING ● GRADING ● PACKING**



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



PEDRO SÁNCHEZ DOMÉNEC / Director general de CANSO

# “Este año es clave en el futuro de este producto”

Con una cosecha a la baja y un mercado, en principio, animado, Pedro Sánchez dice que la presente temporada debe abordarse con mucho optimismo. Desde CANSO la máxima será servir un producto de calidad a sus clientes con un suministro constante y garantizado para poder revertir a sus socios productores el retorno económico sostenible para el sistema. Sánchez se muestra esperanzado en que puede ser un buen año para el kaki, a pesar de las circunstancias que rodean la campaña. No obstante, es realista y sabe que de aquí a febrero puede pasar de todo.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.  
Valencia Fruits. ¿Cuáles son las previsiones de cosecha que maneja CANSO para esta campaña?

**Pedro Sánchez Doménech.** Tendremos una disminución de nuestra producción entre el 25 % y el 30% respecto a la campaña anterior debido principalmente a la climatología en el período de cuajado de la fruta, que ha hecho que una gran cantidad de fruta caiga al suelo y tengamos menos frutos por árbol; con el correspondiente aumento de calibres.

Además, la imposibilidad de poder controlar las plagas (cochinillas) con las soluciones disponibles va a provocar que, sobre todo de mitad de campaña en adelante, parte de la producción se vea afectada, con la consiguiente pérdida de rentabilidad. Este factor será el gran determinante para ver la disminución real de la producción al final de campaña.

**VF.** Desde los sindicatos hablan de una reducción de cosecha del 27% respecto a 2019, y prevén un aumento de consumo y precios razonables y beneficiosos para todos. Desde CANSO, ¿comparten estas afirmaciones?

**PSD.** La oferta estos últimos años se ha visto distorsionada por la cantidad y tipo de producto que ha llegado al mercado. Este año es clave en el futuro de este producto. La bajada de rentabilidad debido al aumento de los costes de producción y el descenso de la productividad deben provocar que consigamos, entre todos, un equilibrio para poder hacer sostenible el cultivo. Hay que garantizar siempre una cali-



Pedro Sánchez explica que este año es tarde para poder reaccionar con efectividad ante las plagas, pero en CANSO ya están trabajando de cara al 2021 con la realización de un insectario para el control biológico en kaki y cítricos. / CANSO

**“Llevamos más de 15 años con un Programa de Mejora Varietal de kaki para el desarrollo de nuevas variedades para adelantar y alargar campaña, y en los próximos años comercializaremos variedades propias”**

dad homogénea en el producto, lo que provocará que entre en consumo y las líneas de comercialización lo demanden.

**VF.** ¿Cuáles serán las claves de esta temporada 2020 en un marco de crisis sanitaria, en su opinión?

**PSD.** Evidentemente, la crisis sanitaria va a ser uno de los grandes protagonistas en la presente campaña. Las empresas hemos tenido que adaptarnos con todas las medidas de seguridad requeridas para intentar combatir un posible foco. Pero, así y todo, sabemos que asumimos un gran riesgo.

Otro factor importante en la presente campaña es que la disminución de producción existente será más acusada conforme vayamos avanzando en la temporada. Por lo que la segunda parte de campaña va a tener un peso específico, muy elevado, en el resultado final de la campaña.

Por último, el factor esencial, bajo mi punto de vista, es servir al cliente un producto de calidad con las condiciones requeridas.

**VF.** ¿Cómo ha planificado CANSO su programa comercial de kaki teniendo en cuenta la producción que hay, las expectativas

de demanda en exportación y en el mercado interior y con el coronavirus como protagonista?

**PSD.** CANSO junto al Grupo Persimon va a estar presente, como es su obligación, desde el inicio de campaña hasta el final. Pero sí que hay que destacar, que cuando salimos al mercado hay que hacerlo con la calidad garantizada. No vale servir un producto al inicio de campaña con una coloración y características organolépticas deficientes, ya que va a ralentizar el consumo y podemos dificultar el inicio de campaña.

Vamos a estar presentes en todos los mercados, tanto interior como exportación.

Respecto a la gestión del producto, en el caso de afecciones debido al coronavirus, en la parte de confección, contamos con dos instalaciones en las que podemos confeccionar cerca de 50.000 toneladas de kaki. Con este paso vamos garantizamos la confección de todo el producto existente.

**VF.** ¿A qué se debe la mayor incidencia de plagas este año?

**PSD.** En un año con una primavera lluviosa junto al confinamiento de la población ha provocado que algunos productores descuidasen los tratamientos con la consiguiente aparición del daño durante el mes de septiembre.

Por otra parte, las líneas de trabajo que está marcando Europa, al limitar el uso de los fitosanitarios con los que realizábamos el control de estas plagas, han hecho que se desequilibre el balance, y ahora hay que apren-

der a poder combatir estas plagas con el control biológico, y con los productos que disponemos con un efecto sobre la plaga mínimo.

**VF.** Y ¿cómo está gestionando CANSO esta limitación fitosanitaria?

**PSD.** CANSO, junto a las demás cooperativas está trabajando conjuntamente con la Administración, Universidad y el IVIA para obtener resultados sobre el control de estas plagas. Pero, lamentablemente, hoy por hoy no hay solución para el presente año. Será cuando finalice la campaña cuando se sacarán conclusiones para aplicar en las campañas venideras.

Una de las primeras actuaciones será la realización de un insectario para poder combatir dichas plagas.

**VF.** ¿Cómo define la evolución del kaki en la cooperativa?

**PSD.** La evolución ha sido creciente año a año hasta que hace 4 años la estabilizamos y limitamos las nuevas plantaciones para diversificar nuestra producción, porque si no el cítrico hubiese decrecido rápidamente. Nuestro objetivo es equilibrar nuestra producción al 50% entre cítrico y kaki.

Estamos inmersos en un plan estratégico de reconversión de nuestra producción y diversificación de nuestras actividades.

Llevamos más de 15 años con un Programa de Mejora Varietal de kaki para el desarrollo de nuevas variedades para adelantar y alargar campaña, donde en los próximos años pasaremos a comercializar nuevas variedades de nuestra propiedad.

Otra de las líneas de trabajo es completar la campaña de cítricos durante el máximo tiempo posible, ya que hasta ahora nuestra producción estaba muy centrada en la primera parte de campaña.

Nuestra entidad cooperativa tiene en producción propia de 1.400 hectáreas de kaki y junto al resto de producción —cítricos, frutales y hortalizas— en la pasada campaña confeccionamos y comercializamos un volumen total de 73.000.000 kilos de producción.

Además, las acciones de promoción que se están realizando por parte de la DOP Kaki Ribera Xúquer con la marca PersiMon® y del Grupo Persimon nos ayudan a penetrar en toda clase de mercados.

Manzana Nules

DESCRIBE LAS VENTAJAS DE NUESTRA TIJERA PARA KAKIS

**¿CUÁNTO DINERO PIERDES POR PINCHAZOS ENTRE KAKIS?**

Con nuestro modelo M17-DI reduce tus pérdidas

- Corte del caliz a ras
- Elimina tallos largos
- Evita pinchazos entre frutas

## Kaki DO

En esta campaña, desde CANSO la intención es comercializar bajo el sello de la DO la mayor cantidad posible. “Los estrictos controles por parte de los técnicos de calidad de la DO y de nuestra cooperativa garantizan la calidad y seguridad alimentaria que nos caracteriza”, explica Sánchez. Las potentes acciones de promoción —respaldadas únicamente por los integrantes de la DO—, junto con el desarrollo de la marca PersiMon® contribuyen a que “cada vez más los clientes demanden el valor añadido que ofrecemos bajo el amparo de la DO” confirma Pedro Sánchez Doménech. ■

# AgroFresh presenta soluciones para la conservación de kakis

La compañía AgroFresh ofrece las soluciones Control-Tec Persimmon y SmartFresh en su catálogo para extender y conservar la vida útil de esta fruta

## AGROFRESH.

Evitar el desperdicio alimentario y prolongar la frescura de las frutas son los principales objetivos de AgroFresh, por ello entre su portfolio ofrece diferentes soluciones y tecnologías para la conservación del kaki.

Por un lado, Control-Tec Persimmon, la cámara para eliminar la astringencia y conservar los kakis en las mejores condiciones y, por otro, SmartFresh, la tecnología que permite mantener la firmeza del fruto durante su almacenaje.

SmartFresh mejora la cadena de gestión del kaki, ya que ayuda a aumentar su valor ofreciendo frutos más firmes durante mayor tiempo. La tecnología SmartFresh retrasa el ablandamiento durante el almacenamiento, a lo largo de la cadena de distribución y en el lineal del supermercado. Con ello reduce las pérdidas por mermas, lo que permite llegar con éxito a mercados de exportación y tener una mayor flexibilidad a la hora de elegir el momento idóneo de lanzar los frutos al mercado. Por otro lado, diferentes estudios demuestran que esta tecnología también reduce los daños cau-



SmartFresh permite mantener la firmeza del kaki durante su almacenaje. / ARCHIVO

sados por el almacenamiento a bajas temperaturas. Además, la aplicación de SmartFresh y el tratamiento de desastringencia se pueden hacer juntos.

Control-Tec Persimmon es una cámara de atmósfera controlada con CO2 que posibilita la programación y regulación

Evitar el desperdicio alimentario y prolongar la frescura de las frutas son los principales objetivos de AgroFresh

automática de todo el proceso, así como la adaptación de la tecnología a cualquier tamaño de cámara. Permite la optimización del consumo de CO2 gracias a la regulación automática del caudal de inyección.

Además, detecta cualquier anomalía durante el proceso, rea-

SmartFresh mejora la cadena de gestión del kaki, ya que ayuda a aumentar su valor ofreciendo frutos más firmes durante mayor tiempo

Control-Tec Persimmon es una cámara de atmósfera controlada con CO2 que posibilita la programación y regulación automática de todo el proceso

lizando análisis de seguridad en el interior de la cámara durante su llenado y vaciado. También ofrece una perfecta estratificación de inyección del CO2 en el interior de la cámara, con una lectura de la temperatura y humedad relativa (sondas con trazabilidad ENAC), así como de la temperatura interna de los frutos y de la temperatura de inyección del gas. Todo ello se acompaña de un software para la programación y el manejo del equipo, donde se registran los parámetros ambientales de la cámara, la emisión de gráficos e históricos, posibilitando de este modo el control remoto de la cámara.

Para obtener más información sobre éstas y otras soluciones, puede contactar con el equipo técnico-comercial de AgroFresh.

## DisplaFruit

pasión  
por el  
sabor

En Displafruit sabemos que solo hay una manera de conseguir el mejor sabor: la pasión. Por eso llevamos 15 años ofreciendo a nuestros clientes frutas de la mayor calidad al mejor precio.

info@displafruit.com · 96 367 36 02

PLÁTANO DE CANARIAS BANANA KAKI FRESA MELOCOTÓN PIÑA CIRUELA AMARILLA CIRUELA NEGRA MANZANA FUJI MANZANA GOLDEN MANZANA RED PERA CONFERENCIA KIWI



Esta campaña 2020-2021 de kaki es especial ya que, según Eduard Esparza ante la previsión de una disminución importante de volumen, “no debe de haber ningún motivo para provocar de manera interesada excesos de oferta que distorsionen la campaña”. / GONZALO GAYO

EDUARD ESPARZA / Responsable de kaki de La Unió de Llauradors

# “El kaki es una fuente saludable y natural de vitaminas contra pandemias y enfermedades”

*Eduard Esparza, responsable de la sección del kaki en la Unió de Llauradors, señala que “siempre hemos defendido este mensaje de organización y planificación, porque entendemos que, al final, todo el sector sin excepción saldrá beneficiado”. Esparza constata una importante caída en torno al 30% en la producción y destaca la calidad de un producto que “es una fuente rica, saludable y natural de obtener vitaminas tan necesarias para combatir la pandemia o cualquier otro tipo de enfermedades. El consumo de nuestra fruta es una buena prevención ante posibles enfermedades”, señala en esta entrevista a Valencia Fruits.*

► GONZALO GAYO. VALENCIA.

**Valencia Fruits.** Dicen que esta campaña de kaki es la de la esperanza. Anuncian mejora de precios y una caída de la producción. ¿Cuáles son las previsiones que realizan desde La Unió?

**Eduard Esparza.** Más que una campaña de la esperanza desde la Unió de Llauradors nos gustaría calificarla como la campaña de la necesidad. Es necesario que cambien los resultados catastróficos de la campaña anterior, sobre todo para el productor, que es el más perjudicado siempre, incluso en campañas no tan malas.

Las previsiones en cuanto a volumen son muy inferiores respecto a la campaña pasada. Ya apuntábamos hace días un descenso de entre un 25% y un 30%. No obstante, a lo largo de la última semana la merma irá aumentando a causa de la aparición del *Mycosphaerella nawae*, el hongo del kaki, tal como ocurrió en la campaña 2008/2009 con la afección de muchas parcelas y la caída de sus frutos. Sin embargo, hay zonas productoras que mantienen sanos los árboles y los frutos en un perfecto estado manteniendo los estándares de calidad.

A fecha de hoy no nos atrevemos a cuantificar los daños, ya que el hongo aún está en proceso expansivo en algunas parcelas.

Por todas estas razones se puede prever que en todo el Estado no sobrepasaremos los 350 millones de kilos.



Eduard Esparza afirma que, frente a los abusos de algunos operadores, presentarán las denuncias pertinentes para garantizar el derecho de los agricultores. / GG

**“Todas las medidas higiénico-sanitarias implementadas a lo largo del proceso productivo, tanto en el campo como en los almacenes, van a encarecer los costes de producción”**

**VF.** ¿Qué efecto ha tenido la climatología?

**EE.** Este año la climatología no se ha visto marcada, como

otros años, por los episodios de pedrisco y heladas. Sin embargo, el exceso de lluvia y la elevada humedad durante la primavera

de suponer que haya sido la causa —aún está por determinar técnicamente— de la caída natural de fruto y que, muy probablemente, junto a otras causas, sea el responsable de la aparición del hongo *Mycosphaerella*.

**VF.** ¿Hay apoyo frente a algunas plagas que han aparecido en los últimos meses?

**EE.** Más que las plagas que han aparecido, la problemática viene dada fundamentalmente por la prohibición legal de los productos fitosanitarios realmente eficaces para combatirlos. Hay que dejar muy claro que a los agricultores no nos gusta utilizar productos fitosanitarios que no sean respetuosos con el medio ambiente, de hecho, los costes derivados de su uso, han supuesto un notable incremento de los costes de producción, pero, de momento y mientras no haya alternativas eficaces, son necesarios para combatir las plagas. Ojalá tuviéramos a nuestra disposición otras alternativas más respetuosas como los sistemas de lucha biológica o la utilización de insectos depredadores que pudieran mantener las plagas y enfermedades a niveles razonables y asumibles.

En cuanto a nuevas plagas, nos preocupa la posibilidad de que el cotonet de Sudáfrica, que ya ha afectado a algunas zonas cítricas pudiera adaptarse, como los otros tres cotonets, al kaki.

**VF.** ¿Y la pandemia de la COVID-19?

**EE.** Queda claro que la salud y la seguridad de las personas

**“Este, no es un año ni para ofertas ni para promociones a la baja en el precio”**

debe permanecer en primer lugar. Ya se están implementando todos los protocolos al respecto en todas las empresas comercializadoras.

Pero al mismo tiempo, hay que aceptar que todas las medidas higiénico-sanitarias implementadas a lo largo del proceso productivo, tanto en el campo como en almacenes, van a encarecer los costes de producción.

El consumidor tiene que ser consciente que el consumo de frutas y hortalizas, entre ellos el kaki, es una fuente rica, saludable y natural de obtener vitaminas tan necesarias para combatir la pandemia o cualquier otro tipo de enfermedades y desde aquí quiero lanzar un mensaje a todos los consumidores de España y Europa para que coman muchos kakis con el fin de estar más sanos. El consumo de nuestra fruta es una buena prevención ante posibles enfermedades.

**VF.** ¿Qué recomendaciones realizan en la planificación para que esta campaña sea un éxito?

**EE.** La buena planificación y organización de la campaña. La recolección y confección debe escalonarse. Tenemos cuatro meses en los que el kaki está en perfectas condiciones orgánicas y en los que pueden tener una presencia en los lineales con las mayores garantías de calidad. Por tanto, toda la parte comercial (sector privado y cooperativo) debería de tener planificado este periodo con presencia suficiente para no generar excesos de oferta que pudieran hundir los precios ni carencias que puedan retrotraer el consumo. Desde La Unió, siempre hemos defendido este mensaje de organización y planificación, porque, entendemos, que al final todo el sector sin excepción saldrá beneficiado.

Esta campaña es especial, ya que, ante la previsión, más que segura, de una disminución importante de volumen no debe de haber ningún motivo para provocar de manera interesada excesos de oferta que distorsionen la campaña.

Queremos indicar tanto a comercios como a cooperativas que no es un año ni de ofertas

ni de promociones a la baja en el precio. En la misma línea queremos expresar que urge tomar acuerdos importantes dentro del sector.

**VF.** ¿Denunciarán los incumplimientos de contrato en la AICA frente a la Ley de Cadena Alimenticia? ¿Han detectado casos en esta campaña?

**EE.** Por supuesto. Una de las misiones de La Unió es esta, y por eso seguiremos, como en años anteriores, presentando todas las denuncias —caiga quien caiga— que sean necesarias para garantizar los derechos de nuestros productores frente a los abusos de algunos operadores desalmados.

Por desgracia, seguimos encontrándonos casos en los que algunos operadores llevan a cabo prácticas presuntamente ilegales: no formalizar el contrato obligatorio de compra-venta, no reflejar el precio de compra, venta a resultados o renegociaciones de precios ya acordados en el momento del pago al productor (retractos a la baja)... Son prácticas ilegales pero que sigue dándose con cierta asiduidad.

Ante ello, La Unió —todas las campañas— insta a la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA) para que inicie los controles e inspecciones requeridos para comprobar el cumplimiento de la existencia de contratos por escrito y, si es el caso, del cumplimiento de su contenido, en la compra-venta de kaki durante la campaña de recolección y comercialización. La Unió considera que estas actuaciones podrían estar presuntamente vulnerando la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

La Unió se pone a disposición de todas sus personas asociadas y productores en general para presentar todas las denuncias necesarias por el incumplimiento de la ley, y avisa que no va a perdonar ni una sola ilegalidad de la que tenga conocimiento. ¡Ya está bien que el sector del kaki sea un campo abonado a la especulación y en el que cada uno haga lo más conviene a sus propios intereses, aunque esto suponga pisotear los derechos de la otra parte! No lo vamos a consentir y el productor siempre nos va a tener a su lado.

**VF.** ¿Se apoyó suficientemente la promoción del kaki en el exterior, así como reconocimiento a la Denominación de Origen?

**EE.** No cabe duda de que hay un apoyo institucional a la Denominación de Origen, tanto desde las administraciones locales de toda la comarca, como desde el gobierno autonómico, aunque tímidamente desde el punto de vista económico.



El responsable de kaki de La Unió, Eduard Esparza apunta con vehemencia que iya está bien que el sector del kaki sea un campo abonado para la especulación! / GONZALO GAYO

Las campañas de publicidad y promoción están financiadas en casi su totalidad por los agricultores y comercios asociados a la DO, que vienen a representar la mitad de la producción.

Este esfuerzo económico, que consideramos necesario, es el que ha llevado al producto a ser conocido en toda Europa. Cabe recordar que hace tan solo dos décadas el kaki era una fruta nueva, la gran desconocida, y fue la DO, con su marca Persimon® la que dio a conocer el producto en todo el mundo.

Un mayor apoyo económico desde las instituciones, tanto autonómicas como estatales, permitiría continuar y mejorar estas campañas, aliviando el esfuerzo económico del conjunto de agricultores asociados.

No obstante, con independencia de las campañas publicitarias, también reclamamos un mayor y mejor apoyo de la Administración, en este caso la estatal, para desarrollar y agilizar los protocolos de exportación fundamentalmente al sureste asiático y a países de Sudamérica, en los que hay un gran potencial de consumo.

Si consolidamos estos mercados y recuperamos el mercado ruso, el potencial del kaki es impresionante.

**“Reclamamos un mayor y mejor apoyo de la Administración, en este caso la estatal, para desarrollar y agilizar los protocolos de exportación fundamentalmente al sureste asiático y a países de Sudamérica, en los que hay un gran potencial de consumo”**

**“Uno de los retos más importantes es conseguir ser fuertes para poder hacer frente a la enorme presión de las cadenas comerciales”**

**VF.** ¿Cuáles son nuestros principales mercados?

**EE.** El Estado Español, junto a la Unión Europea son nuestros principales mercados. Respecto a la exportación cabe destacar dos cosas: En 2019, según DATACOMEX, se exportaron unas 210.000 toneladas, lo que supuso un incremento considerable del 22% respecto sobre la campaña anterior, pero no se plasmó en mejores precios para los productores. Es importante destacar que, según la misma fuente, el 51% de nuestras exportaciones son absorbidas por Alemania (24%), Italia (15%) y Francia (11%).

Hay que hacer un enorme esfuerzo publicitario para llegar al resto de países, tanto comunitarios como extracomunitarios.

**VF.** Están surgiendo alianzas estratégicas entre cooperativas para la comercialización. ¿Es la unidad hoy más necesaria que nunca?

**EE.** Uno de los retos más importantes es conseguir ser fuertes para poder hacer frente a la enorme presión de las cadenas comerciales.

De ello se traducen las recientes alianzas entre cooperativas para optimizar recursos e infraestructuras y con ello intentar controlar volúmenes importantes de producción bajo una misma voz. Cada día que pasa la concentración de la oferta es más necesaria.

**VF.** ¿Cuándo finalizará el veto ruso? Y ¿qué pérdidas ha ocasionado?

## Kaki 2019

### Ránking de exportaciones

Países	Toneladas
Alemania.....	51.335
Italia.....	32.048
Francia.....	24.039
Países Bajos.....	12.448
Polonia.....	11.692
Reino Unido.....	8.580
Portugal.....	5.487
Lituania.....	5.116
Arabia Saudí.....	4.958
Letonia.....	4.541
República Checa.....	4.322
Ucrania.....	4.158
Canadá.....	3.616
Bélgica.....	3.552
Brasil.....	2.027
Hong-Kong.....	1.980
Suiza.....	2.428
Emiratos Árabes Unidos...	2.306
Austria.....	2.298
Estados Unidos.....	1.739
Noruega.....	688
Suecia.....	899
China.....	—
Rusia.....	—
Total.....	210.088

Fuente: La Unió a partir de datos DATACOMEX

**EE.** Nuestro deseo es que finalice cuanto antes porque ha pasado ya mucho tiempo y es absurdo que estemos todavía así.

El mercado ruso tuvo una gran aceptación del kaki en su día entre sus consumidores. Las pérdidas son por lo tanto cuantiosas. Sin el veto ruso, hoy estaríamos hablando que quizás las exportaciones a Rusia pudieran estar en unas cifras parecidas a Alemania, que es nuestro principal cliente en volumen.

**VF.** ¿Qué piden desde La Unió a las administraciones para el sector del kaki?

**EE.** Por un parte solicitamos la fijación por parte del Ministerio de Agricultura de los costes de producción. También es necesario y vital dotar de mayor transparencia al mercado, y que los que infringen la ley sean penalizados de manera realmente ejemplar para impedir que vuelvan a repetir. Otra de las peticiones es la elaboración de un contrato de compra-venta homologado y que sea, definitivamente obligatorio.

Así mismo, solicitamos ayudas económicas directas a los agricultores afectados por el hongo de la Mycosphaerella. Mejor control aduanero para evitar la introducción de nuevas plagas.

Estas son algunas de las medidas en las que insistimos día a día a la Administración.

**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.

**TAMBIÉN CON MATERIAL BIODEGRADABLE.**

**CONSÚLTENOS**





Desde el veto ruso, los precios del kaki se han hundido más del 40% y la superficie cultivada ha frenado su crecimiento, según explica Aguado. / ARCHIVO

CRISTÓBAL AGUADO LAZA / Presidente de AVA Asaja

# “La cosecha valenciana del kaki es la peor de la historia tras un desplome del 50 por cien”

*El presidente de AVA Asaja, Cristóbal Aguado confirma que, el impacto de las plagas y la climatología han causado una merma del 50% de la producción valenciana en la actual campaña de kaki. La recuperación de precios está garantizada dado el interés de los operadores en asegurar el suministro, según señala Aguado en la entrevista a Valencia Fruits. El presidente de AVA hace un llamamiento a la unidad para poner en marcha la interprofesional ya que “es mucho más lo que nos une que lo que nos separa”. Denuncia que Bruselas engañó al sector ya que no han recibido las compensaciones necesarias por el veto ruso y pide a Bruselas que llegue a acuerdos con Moscú.*

► GONZALO GAYO. VALENCIA.

**Valencia Fruits.** ¿Cuáles son las previsiones para esta campaña de kaki? ¿Qué zonas se van a ver compensadas con la mejora de precios?

**Cristóbal Aguado.** La presente campaña va a tener mucha menos producción que la del ejercicio pasado. Según nuestras estimaciones, entre la anomalía climática y la incidencia récord de las plagas y enfermedades, se prevé un desplome en torno al 50% de la cosecha valenciana. Incluso muchos campos no van a recoger apenas fruta. Así las cosas, el mayor interés de los operadores comerciales por asegurar el suministro a sus clientes y la recuperación de los precios en origen –tras sufrir la peor campaña de la historia– no evitará que centenares de productores pierdan dinero porque no tendrán apenas producción que vender.

**VF.** Preocupa la aparición de algunas plagas en los últimos meses. ¿Qué efecto ha tenido esta mayor incidencia durante la fase de producción junto a la climatología?

**CA.** La anomalía climática registrada en primavera, con una acumulación inusual de días lluviosos y nublados, com-



El presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado insta a poner en marcha la interprofesional del sector. / GONZALO GAYO

“En el tema de la interprofesional, soy de los que piensa que es más lo que nos une que lo que nos separa”

“El kaki está aún muy concentrado en Valencia y, si hiciéramos bien las cosas, tendríamos un producto de oro para todos y para mucho tiempo”

binados con altas temperaturas, echó al suelo muchos frutos, más del 90% en los peores casos, desde la fase inicial del cuajado, sobre todo en zonas productoras de Camp de Turia, La Costera y La Vall d’Albaida. En los meses siguientes, debido a la supresión del Metil Clorpirifos y a la falta de alternativas fitosanitarias o biológicas verdaderamente eficaces, la merma de producción se fue agravando con ataques virulentos de cotonet y mosca blanca que han dejado campos totalmente negros en La Ribera Alta. A pocos días de la recolección, ya en septiembre, tuvimos como guinda la abrupta aparición de la necrosis foliar del kaki.

**VF.** ¿Cree suficientemente reconocido el esfuerzo que están realizando los agricultores en esta pandemia?

**CA.** Agricultores y ganaderos hemos recibido un enorme reconocimiento por parte de la sociedad. Cuando irrumpió la pandemia, aparcamos las movilizaciones que estábamos protagonizando en toda España en protesta por unos precios dignos y durante el confinamiento volvimos a los campos para garantizar el abastecimiento de alimentos a la población. Sin embargo, la catalogación como sector esencial no se ha traducido en políticas agrarias que garanticen precios justos, una sanidad vegetal óptima y una calidad de vida digna.

**VF.** Desde AVA Asaja se ha hecho un llamamiento al cumplimiento de contratos y denuncias de ciertos abusos comerciales. Con la Ley de la Cadena Alimentaria en la mano, ¿denunciarán a los infractores frente a la AICA?

**CA.** Efectivamente, llevamos a cabo una intensa campaña para hacer llegar a la AICA contratos que pueden contener prácticas abusivas y perjudiciales para el productor. Desde el inicio de las operaciones de compraventa, recomendamos a los agricultores que no cerraran contratos a un precio que se sitúe por debajo de los costes de producción, que nosotros estimamos en 0,27 €/kg. La propia directora de la AICA, Gema Hernández, anunció que la agencia ha introducido en su labor de control los cambios legislativos del Real Decreto-Ley 5/2020 como el hecho de que, por primera vez, se tengan en cuenta los costes de producción en la compraventa de productos agrarios.

**VF.** ¿Cómo fomentar la unidad del sector y la puesta en valor de nuestros productores de kaki?

**CA.** Hemos defendido por activa y por pasiva la consti-



“Si las administraciones atienden al sector y le sirven, en lugar de servirse de sus administrados, el kaki tendrá ese futuro que queremos”. / ARCHIVO

**“El ministerio y la conselleria deben asumir sus respectivas competencias en materia de sanidad vegetal a fin de dotar al sector de suficientes productos, bien fitosanitarios bien biológicos”**

tución de una Interprofesional del Kaki que aglutine, organice y coordine al sector para mejorar la expansión productiva y comercial que viene experimentando este cultivo desde principios de siglo XXI.

Soy de los que piensa que es más lo que nos une que lo que nos separa. El kaki está aún muy concentrado en Valencia y, si hiciéramos bien las cosas, tendríamos un producto de oro para todos y para mucho tiempo.

**VF. ¿Qué le pide al ministerio y la conselleria para el sector?**

**CA.** Por un lado, deben asumir sus respectivas competencias en materia de sanidad vegetal a fin de dotar al sector de suficientes productos, bien fitosanitarios bien biológicos, que sean capaces de combatir las plagas y enfermedades de un modo eficaz y económico. No tiene ningún sentido que los agricultores no tengan a su mano nada con qué tratar; así lo que la clase política está consiguiendo es más número de tratamientos, más desperdicio alimentario, más crisis de rentabilidad y más abandono de campos.

Por otra parte, las administraciones han de hacer muchísimo más para abrir mercados exteriores e incrementar la demanda.

**VF. ¿Se apoyó suficientemente la promoción del kaki en el exterior así como reconocimiento a la DO? ¿Qué mercados deberían ser objetivo para los próximos años?**

**CA.** La DO ha hecho un trabajo de promoción muy importante pero, a la vista de los resultados, es evidente que podemos mejorar la promoción tanto en el ámbito nacional como internacional.

El kaki continúa siendo una fruta bastante desconocida en países europeos, donde hay mucho margen para crecer, y lo es

más todavía en otros mercados americanos y asiáticos que podrían multiplicar el consumo.

**VF. ¿Han recibido compensaciones de la UE por las pérdidas ocasionadas con el veto ruso?**

**CA.** No, la Comisión Europea nos engañó. Solo un número de productores asociados recibió compensaciones económicas que resultaron insuficientes para paliar las pérdidas ocasionadas, y sucedió únicamente el primer año, como si el problema ya estuviera resuelto. El resto de agricultores no recibió absolutamente nada, tan solo buenas palabras. La UE no cumplió tampoco su promesa de abrir mercados alternativos y los mercados que disponíamos han tenido que absorber toda la producción que enviábamos a Rusia.

La realidad es que, desde el veto ruso, los precios del kaki se han hundido más del 40% y la superficie cultivada ha frenado su crecimiento.

**VF. ¿Cómo ve el futuro del sector del kaki y qué recomienda hacer?**

**CA.** Es necesario que las administraciones europeas, encabezadas por el Gobierno español, busquen un punto de encuentro con Rusia para que el conflicto político deje de afectar al sector agrario, porque el mercado ruso es esencial para el kaki. Si además agilizan protocolos de exportación a mercados americanos y asiáticos que han mostrado interés en comprar nuestro kaki, mejor, aunque lo más importante es recuperar nuestro mercado de proximidad. Si además investigan más variedades y patrones que diversifiquen y extiendan el calendario de producción; si las administraciones, en definitiva, atienden al sector y le sirven, en lugar de servirse de sus administrados, el kaki tendrá ese futuro que queremos.

# El futuro del cultivo del kaki

El sector arranca la campaña con menos producción, una mayor incidencia de las plagas y con incertidumbres derivadas del resultado del Brexit o el Pacto Verde

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El sector del kaki arranca una nueva campaña con menos producción y mejores precios, y también con la incertidumbre de qué va a pasar con un cultivo que se puso de moda hace años y que se enfrenta a un posible Brexit duro y a continuas y crecientes plagas en una Europa que quiere menos fitosanitarios.

En la última década, España ha aumentado la superficie de kakis desde las 5.827 hasta las 18.057 hectáreas, según los resultados de la Encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos (Esrce) 2010 y 2019, respectivamente, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

La provincia de Valencia (15.807 hectáreas en 2019) es la que más ha apostado por la producción de esta fruta de origen asiático, seguida a gran distancia por Huelva (917 ha), Sevilla (415 ha), Huesca (247 ha) y Tarragona (243 ha).

La campaña 2020 comienza tras la producción récord de más 400.000 toneladas de 2019, año en el que los precios en origen estuvieron muy bajos y en el que se tuvieron que retirar del mercado 5.126 toneladas cuyo destino fue la alimentación animal o su reparto gratuito a través de bancos de alimentos.

La cifra del pasado año es la que el sector baraja ya para una campaña sin mermas, que de nuevo se han producido en 2020 por el exceso de humedad tras las continuas lluvias de primavera en Valencia y la aparición de plagas como la del cotonet, “la negrilla” o, en la recta final, la *Mycosphaerella*.

Para esta temporada, la asociación agraria Unió de Llauradors ha calculado un aforo de 315.000 toneladas en Valencia, mientras que la asociación agraria AVA-Asaja y la denominación de origen (DO) Kaki de la Ribera del Xúquer sitúan la cifra por debajo de las 300.000 toneladas.

Los precios, según apuntan los primeros contratos de compraventa, están por encima de los costes de producción —que con la COVID-19 este año se han incrementado—, ya que se



España ha triplicado la superficie dedicada al kaki en una década. / ARCHIVO

**Para esta campaña La Unió ha calculado un aforo de 315.000 toneladas de kaki en Valencia mientras que la DO Kaki de la Ribera del Xúquer y AVA-Asaja lo sitúan por debajo de las 300.000**

sitúan en un horquilla de entre 25 y 32 céntimos por kilo.

El presidente de la DO Kaki de la Ribera del Xúquer, Cirilo Arnandis, ha apuntado que para él “el kaki sigue siendo un producto de futuro”, que “tendrá que adaptarse a la realidad”, que ahora pasa por el Pacto Verde y la propuesta de un recorte del 50% en el uso de fitosanitarios para 2030.

“Ir hacia una Europa más verde está bien, pero —puntualiza— siempre que no se quite una medicina para las plantas que funciona sin tener un sustituto que haga las mismas funciones”, ha asegurado en alusión a la paulatina eliminación de sustancias activas de productos fitosanitarios en la agricultura comunitaria.

Arnandis parte de que el kaki “necesita mucho cuidado” y lamenta que ahora sufra enfermedades que antes no tenía, “como el cotonet”, pese a que “su producción está muy controlada con muchos tratamientos”. En un futuro, un alto coste de tratamientos alternativos “puede hacer que la actividad no sea rentable para la agricultura y el mercado, y habrá agricultores que cambien y otros que sigan con el kaki, porque es incontestable que es un gran producto”, ha comentado.

El vicepresidente de Asaja en la Comunidad Valenciana, Bernardo Ferrer, ha reconocido que hace unos años había “ilusión” por ampliar el número de hectáreas de kaki, porque era “un cultivo minoritario y altamente atractivo”.

En unos años —precisa— puede convertirse en “inviable, porque la climatología está cambiando” y “faltan soluciones para los problemas de las plagas”, como la reducción de sustancias activas de fitosanitarios o la lucha integrada contra algunas de ellas con depredadores naturales de forma masiva.

“Todo depende de la voluntad de Bruselas y del MAPA, al que hemos pedido que traslade a la Comisión que se haga una excepción, como ha conseguido el Gobierno de Italia, para poder continuar utilizando la materia activa Metil Clorpirifos tras su prohibición a partir de esta campaña”.

Ferrer también ha mostrado su preocupación por si al final no hay un acuerdo comercial de la Unión Europea con Reino Unido a partir del próximo año, porque el mercado británico es de gran poder adquisitivo y uno de los principales destinos del kaki español, junto a Alemania y Francia.



La cosecha para esta campaña se sitúa en torno a las 300.000 toneladas. / ARCHIVO

# Valencia Fruits donde y como quieras



Recibe **Valencia Fruits** cada semana.

Además, llévalo siempre en tus dispositivos digitales y disfruta de dossiers especiales, nuestra hemeroteca, directorio profesional y toda la actualidad del sector.



El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso

## 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-FRUIT, POR EL PLAZO DE UN AÑO, HACIENDO EFECTIVO EL IMPORTE DE LA SUSCRIPCIÓN POR:

BANCO/CAJA: \_\_\_\_\_ IBAN Nº \_\_\_\_\_

Firma

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

# Decco Ibérica: Claves para la conservación del kaki en cámaras



Desde 2004 el kaki es uno de los cultivos que más ha crecido en España, sobre todo en la Comunitat Valenciana. / ARCHIVO

## ► DECCO IBÉRICA

Desde el año 2004 el kaki se ha convertido en uno de los frutos que más han crecido en cultivo en España, sobre todo en la Comunitat Valenciana. La variedad más predominante en la actualidad es el kaki rojo brillante, que es astringente; mientras que en las variedades no astringentes se ha comercializado el Maxim.

La astringencia en los kakis provoca la presencia de taninos solubles, que al ser masticados en la boca dan esa sensación desagradable. Si maduráramos el fruto y se hiciera blando se comería como antes, a este tipo de kaki en la comercialización se le denomina Kaki Classic. Sin embargo, cuando lo comercializamos duro y sin astringencia se conoce como Kaki Persimon.

El método más utilizado actualmente para quitar la astringencia es el CO<sub>2</sub>, aunque también se ha utilizado en ocasiones el alcohol. Por otro lado, en el campo, para adelantar la maduración del fruto, se utilizan precursores de etileno, mientras que para retrasar la maduración se utiliza ácido giberélico. Para saber si se ha quitado la astringencia se utiliza como tinción el cloruro férrico, ya que reacciona con los taninos solubles.

## ■ CONSERVACIÓN DE KAKIS EN CÁMARA FRIGORÍFICA

Como la campaña de kaki es muy corta y está concentrada en un breve periodo de tiempo, se intenta alargar conservando la fruta en cámaras. Para ello se deben utilizar productos que bloqueen los receptores del etileno en la membrana, de tal forma que se retrasa la maduración y la senescencia de los frutos.

Uno de los problemas más graves que se puede producir en la conservación en cámaras de los kakis es la aparición del hongo *Alternaria alternata* que puede llegar a provocar una gran merma en la fruta estocada. Actualmente, el único fungicida autorizado para reducir la afección del hongo *Alternaria alternata* es el Pirimetanil. Este se debe aplicar de forma gaseosa, ya que la fruta se conserva a una temperatura alrededor de 0°C y si se aplicará en forma líquida causaría problemas en la conservación.

Decco Ibérica tiene actualmente el único producto en el mercado a base de Pirimetanil autorizado para aplicación en kaki con el objetivo de evitar la *Alternaria alternata* en conservación. Se trata de **Deccopyr Pot**, un fungicida fumígeno



Uno de los problemas más graves en la conservación en cámaras del kaki es la aparición de la *Alternaria alternata*. / ARCHIVO

**“Decco Ibérica tiene el único producto autorizado en el mercado a base de Pirimetanil para aplicación en kaki para evitar la *Alternaria alternata* en conservación”**

para el tratamiento preventivo y curativo de enfermedades post-cosecha en kaki, fruta de hueso, fruta de pepita y cítricos.

**Deccopyr Pot** no solo resulta efectivo para combatir la *Alternaria alternata*, sino que también se puede emplear contra *Monilia*, *Botrytis*, *Penicillium*, *Colletotrichum*, *Cladosporium* y *Gloesporium*, entre otros. Además de ser un fungicida de amplio espectro, hay otras muchas

ventajas que hacen diferente al **Deccopyr pot**:

- Aplicación diferente: Tecnología fumígena que permite una excelente dispersión del producto.

- Homogeneidad: Análisis de residuos demuestran la homogeneidad en la aplicación, evitando así la aparición de resistencias.

- Combatir resistencias: Complemento a la aplicación de otros fungicidas. Que en el caso

del cultivo del kaki sería complementario a los fungicidas utilizados en el campo.

- Bajo perfil toxicológico: Sin plazo de seguridad y con LMRs con amplio margen.

- No genera aguas residuales.

Para una buena conservación en cámara, es importante realizar una desinfección previa sin fruta con el producto **Dybac NT-2G Aerosol**, un aerosol de descarga total a base Glutaraldehído y Glioxal, que ha sido incluido en la lista de productos autorizados frente al COVID-19 por el Ministerio de Sanidad para realizar la desinfección de materiales y equipos en contacto con alimentos/piensos e industria alimenta-

**“Como la campaña de kaki es muy corta y está concentrada en un breve periodo de tiempo, se intenta alargar conservando la fruta en cámaras”**

**“Otro factor muy importante que influye de manera directa en la vida útil de esta fruta es su transporte y distribución”**

ria. Además, también contamos con el **Dybac NT-2G** en formato líquido, el cual también está autorizado en la lista del Ministerio de Sanidad frente al COVID-19.

Si se hace correctamente, la conservación de los kakis se puede alargar en atmósfera controlada durante varios meses. Para ello, es necesario mantener la temperatura a 0-1°C, la humedad entre el 90 y 95%, y un ambiente libre de etileno.

Otro factor muy importante que influye de manera directa en la vida útil de esta fruta es su transporte y distribución. Al tratarse de un producto muy frágil debe hacerse con cuidado para evitar golpes o magulladuras.

Además, también se debe mantener una temperatura baja y una ventilación adecuada para evitar daños por etileno. Del mismo modo, no deben hacerse cargas mixtas con sustancias productoras de este gas. Es por ello por lo que en Decco Ibérica se ofrecen absorbentes de etileno en formato de sachets de 5 gr (Ethylene Free Sachet) y en tubos tanto de 75 cm como de 100 cm. Los diferentes absorbentes de etileno dependerán del tipo de transporte (camión o contenedor) y de los días de viaje hasta su destino.

Además, para controlar que la temperatura durante el trayecto ha sido la adecuada, los termógrafos USB son idóneos para saber si se ha conservado la fruta a una temperatura correcta y estable.

En Decco Ibérica somos expertos en la conservación de la fruta durante todo el periodo post-recolección y tenemos soluciones para todo el ciclo post-recolección, desde la recogida en campo de la fruta hasta la llegada de esta al punto de venta.



Productos de Decco Ibérica para el tratamiento postcosecha de kakis. / DECCO

postcosecha a la vanguardia  
**TECNOLOGÍA**  
del **sector del KAKI**



El **único fungicida** autorizado en postcosecha

**SOLUCIONES DECCO IBÉRICA**

