

valencia fruits

6 de abril de 2021 • Número 2.932 • Año LIX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La temporada de comercialización de manzana está evolucionando de forma positiva, tanto en el mercado interior como exterior. / ARCHIVO

Mercado fluido en la campaña española de manzana y pera

La temporada se caracteriza por unos stocks más bajos que los registrados el año pasado

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**

El Comité de pera y manzana de Fepex ha analizado recientemente la situación de la campaña actual, caracterizada por unos stocks más bajos que los del año pasado y un mercado fluido. La temporada de comercialización

de manzana está evolucionando de forma positiva, tanto en el mercado interior como exterior, favorecida por stocks menores que los de otros años, según el presidente del Comité de Fepex y representante de Afrucat, Joan Serentil. En pera, la situación

también es fluida, aunque existe cierta incertidumbre sobre la evolución de las próximas semanas, debido a los amplios excedentes que tienen competidores directos como Holanda y Bélgica.

En la reunión se informó también de que a partir de ahora las

condiciones meteorológicas serán decisivas para las producciones que se recolecten en verano y en este sentido las últimas heladas han afectado a regiones de Lleida y la comunidad de Aragón.

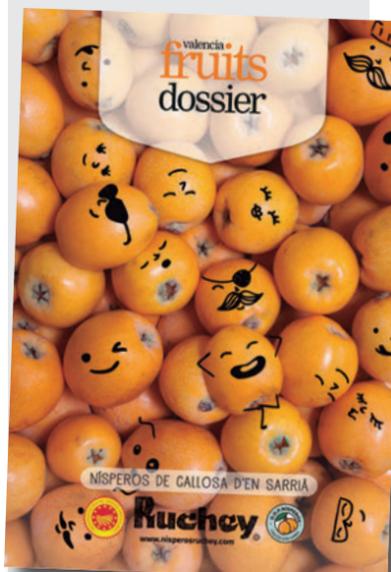
Más información en página 3

AgroFresh
We Grow Confidence™
Soluciones innovadoras que extienden la frescura y reducen el desperdicio de alimentos
AgroFresh.com | +34 961 323 415

FOMESA FRUITECH
Your postharvest partner since 1955
Excelencia en productos postcosecha
Camí de Racó, 10 - Pol. Ind. Norte | T. +34 96 121 18 62 | info@fomesafruitech.net
46469 Beniparrell - Valencia (España) | F. +34 96 121 41 13 | www.fomesafruitech.net



Esta semana
8 El IVIA busca patrones de cítricos tolerantes a la enfermedad del HLB



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	10
Agrocotizaciones:	12
Noticias de empresas:	17

ORRI
LA VARIEDAD DE MANDARINA ESPECTACULAR
ORRI Running Committee

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

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

RAFAEL CABO CORTELL

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

Sin agricultura no habrá futuro

Por GONZALO GAYO

Los tractores han vuelto a salir a las calles como si nada hubiera pasado tras la gran protesta de aquel febrero del 2020, en vísperas de la pandemia de la COVID-19. Entonces, aquel 14 de febrero del pasado año, miles de agricultores protestaban en las calles de Valencia por el estado de ruina de una agricultura sentenciada al olvido. Sus protestas y reivindicaciones han permanecido silenciadas y aparcadas en los tiempos de una pandemia en la que nuestros agricultores dan muestra de su generosidad abasteciendo los mercados en los duros meses de confinamiento.

No ha habido gratitud, ni justicia o reconocimiento hacia quienes lo han dado todo en el cuidado de la alimentación de los ciudadanos, y especialmente en el sector del arroz, gravemente amenazado hoy por los derroteros que toma la nueva PAC. La amenaza de recortes en las ayudas pone en riesgo de desaparición al sector del arrozero de la Comunitat Valenciana, según denuncian las organizaciones agrarias.

Por ello, el pasado 30 de marzo los agricultores, convocados por AVA-Asaja y La Unió, volvieron a salir a las calles con sus tractores para denunciar la ruina que sufren nuestros arrozeros por las importaciones masivas del sudeste asiático y los recortes en las ayudas europeas. La caravana partió de Cullera, Sueca, Sollana, El Romaní, Silla, Massanassa hasta llegar a Valencia, protagonizando una sonora pitada a su paso por la Conselleria de Agricultura, hasta llegar a la concentración frente a la Delegación del Gobierno bajo el lema 'En defensa del sector arrozero valenciano'.

Más de 300 tractores de los arrozeros valencianos exigían a las distintas administraciones apoyo y estabilidad para garantizar su viabilidad futura frente a quienes propugnan una rebaja de las ayudas directas ya que supondría la ruina y desaparición del sector. Un estudio elaborado por AVA y La Unió cuantifica que la propuesta del Gobierno español de la futura PAC 2023-2027 arrojaría unas pérdidas superiores a los 35 millones a los arrozeros valencianos.

Desde La Unió de Llauradors, su secretario general, Carles Peris advierte que "la nueva PAC que pretende imponernos el Ministerio de Agricultura puede hacer desaparecer parte del cultivo del arroz en la Comunitat Valenciana, pero no vamos a dar nuestro brazo a torcer y vamos a llegar hasta donde haga falta para que se reconsidere esta postura. Con menos ayudas y cada vez más papeles, más burocracia, todo es más complicada.



Más de 300 tractores de arrozeros reclaman en Valencia medidas que garanticen su viabilidad. / AVA / LA UNIÓN

do. No se dan cuenta que si quieren unos parques naturales como la Albufera o la Marjal Pego-Oliva en buen estado, si no hay arroz, si no hay arrozeros, no hay futuro para estos".

Por su parte, Cristóbal Aguado, presidente de AVA-Asaja, advierte que los planes de Madrid amenazan con recortar hasta un 50% las ayudas de la PAC al arroz, lo que haría inviable e insostenible el cultivo. "Exigimos que no se quite ni un euro de ayudas que hoy por hoy son imprescindibles, exigimos que no se firme ni un acuerdo que fomente competencia desleal y exigimos poner fin a tantas limitaciones ambientales. Somos la garantía de parques naturales como la Albufera y el Marjal Pego-Oliva: sin arroz serían un cañar lleno de mosquitos. También hemos hecho una pitada ante la Conselleria como aviso de que debe defendernos porque si no lo hace la próxima movilización será a sus puertas y de forma menos pacífica", señaló en la intervención a las puertas de Delegación del Gobierno.

Bajo el lema 'En defensa del sector arrozero valenciano', el acto de protesta concluyó con una férrea defensa de las ayudas al sector y la advertencia de nuevas protestas si el sector arrozero valenciano sufre el tijeretazo de las ayudas que planea en las últimas negociaciones y borradores. Los agricultores demandan al Ministerio de Agricultura que retire la convergencia y ponga en marcha medi-

das compensatorias para el cultivo del arroz al aplicar la convergencia de las ayudas directas a partir de 2023. Además señalan que debe ponerse en valor la contribución ambiental del cultivo en los parques naturales de La Albufera y del Marjal Pego-Oliva, donde desempeña un papel esencial para su preservación.

Instan también a la Generalitat a que garantice la prórroga de las ayudas agroambientales del cultivo del arroz para el próximo año, incluidas dentro del Programa de Desarrollo Rural (PDR) y asuma los costes del dragado de la Albufera, acequias y labores de mantenimiento. A Bruselas piden que revisen con lupa la cláusula de salvaguardia a las importaciones de arroz de Camboya y Myanmar y exija los estándares de producción y social europeo a los arroces importados de países terceros.

Lo cierto es que viendo estas protestas de nuestros agricultores, y las enormes dificultades por las que atraviesa la población, parece que no hemos aprendido nada de una pandemia que deja una imborrable cicatriz en la sociedad en la que vivimos y en sectores como la agricultura al que aún no se le han destinado ayudas específicas como sí ocurre en otros.

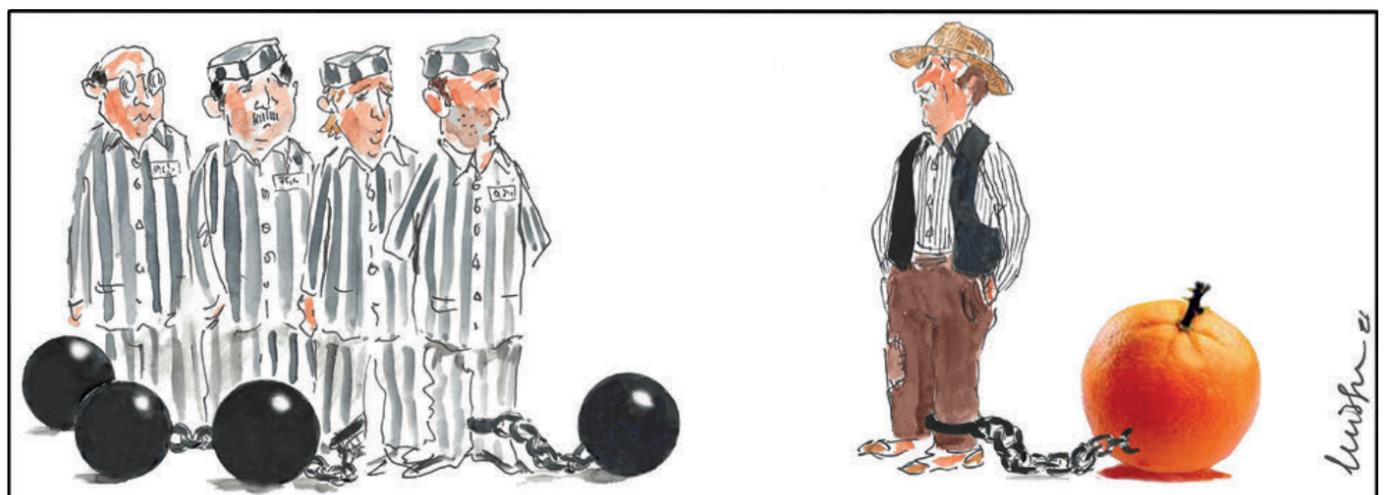
A nuestros agricultores les debemos no solo el reconocimiento a su labor, también la justicia necesaria para que puedan vivir con dignidad de su trabajo y esfuerzo y las ayudas que deberían destinarse para su modernización como en otros sectores.

Me temo que la bandera de los egoísmos sigue ondeando victoriosa e incluso con mayor intensidad que antes de la pandemia. No hemos aprendido nada, ni estamos a la altura de unas circunstancias extremas que requerían de la máxima solidaridad con quien más lo necesita. Nos hemos convertido en arrogantes expertos cuando más necesaria es la humildad para hacer frente a un virus que traspasa a su antojo la frontera de lo desconocido y cuestiona nuestro modo de vida. Ni siquiera hemos aprendido a escuchar a quien más lo necesita para poder cambiar los egoísmos por la necesaria y urgente demanda de solidaridad como así reclaman nuestros agricultores del arroz.

Es la hora de defender a la agricultura y los valores de sostenibilidad que representa. Es hora de defender a las gentes que trabajan la tierra de sol a sol porque sin ellos no habrá alimentos que nos garanticen una vida saludable y un futuro para todos. Sin agricultura no habrá futuro.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Los productores de fruta de pepita prevén acabar con las cámaras limpias

La campaña finalizará bien gracias a un mercado fluido y precios óptimos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los productores de fruta de pepita no descartan finalizar por segunda vez con las “cámaras limpias”, sin producto en almacén, a la hora de afrontar la campaña de recogida de manzana de este verano, un alimento saludable cuyo consumo ha aumentado en los hogares desde que comenzó la crisis de la COVID-19.

El director de la Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña (Afrucat), Manel Simón, la organización que ahora preside el Comité de Pera y Manzana de la federación de productores y exportadores hortofrutícolas de ámbito nacional Fepex, indica que la situación actual, tanto para la pera como la manzana, es de un “mercado fluido”. Los niveles de stocks (fruta en almacén) son “correctos y gestionables” y con precios que se “están comportando”, por lo que, a su juicio, la campaña 2020 se podría calificar de “aceptable”.

La mayor demanda de piezas de fruta menos perecederas desde que comenzó la pandemia y el menor volumen cosechado el pasado verano —en Cataluña bajó un 25% la producción de



El consumo de manzana ha aumentado en los hogares desde que comenzó la crisis de la COVID-19. / ARCHIVO

manzana— son dos de los factores que han propiciado los buenos precios, la salida constante de producto y, así, esa fluidez en el mercado que constata Manel Simón.

España cuenta con cerca de 31.000 hectáreas de manzanos y otras 20.000 de perales. Cataluña es con diferencia la primera productora de ambas frutas, con 10.525 ha y 7.421 ha, respectivamente, según la Encuesta sobre Superficies y Rendimientos (Esrce) 2020 del Ministerio de

Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

La manzana Golden, la variedad más producida, se paga actualmente al agricultor a 65 céntimos el kilo (semana 11 de 2021), por encima de los 36 céntimos/kg a la que cotizaba de media en España en el mismo periodo de 2019 y 2018, de acuerdo a los datos semanales del Ministerio.

El panel de consumo del MAPA indica que los hogares españoles compraron 437,8 millones de kilos de manzanas y

216,4 millones de kilos de peras entre enero y noviembre de 2020, lo que supone un crecimiento del 15% y del 11,1%, respectivamente, en comparación con el mismo periodo de 2019.

La manzana es la tercera fruta más comprada en España —tan solo superada por la naranja y el plátano—, y la pandemia hizo que su consumo en casa se disparara durante el estado de alarma: en marzo de 2020 los hogares compraron más de 52 millones de kilos y en abril casi 60 millones,

El aumento de la demanda durante la pandemia y el menor volumen cosechado son dos de los factores que han propiciado los buenos precios, la salida constante de producto y la fluidez en el mercado

frente a los cerca de 45 millones de los mismos meses de los años 2019 y 2018. La pera, que tiene su consumo más alto en octubre, tocó techo en abril del pasado año (28 millones de kilos), once millones de kilos más que en el mismo mes de 2019.

“Cuando el confinamiento”, recuerda el presidente de Afrucat, “la limitación de movilidad pero no de la capacidad de compra se tradujo en una tendencia a comer más y picar entre horas, pero en clave de salud”, lo que precipitó la salida constante, mes a mes, de las existencias almacenadas.

Ya en 2021, tras superar la bajada del precio en origen de la pera Conferencia durante unas semanas —por la competencia de Bélgica y Países Bajos—, los productores de fruta de pepita de Cataluña, Aragón y La Rioja miran el termómetro por si tienen que poner en marcha el riego por aspersión anti-heladas.

Y es que la caída de temperaturas, justo en los estadios de floración y el inicio del cuajado, “ya ha pasado factura a la próxima campaña de fruta de hueso en Europa, sobre todo a las de las regiones italianas de Emilia-Romaña y Piamonte”, advierte Manel Simón.

La Región de Murcia apuesta por dotar al melocotón de Cieza de IGP

Mientras se lleva a cabo la tramitación en Europa, la Consejería publicará una Orden de protección transitoria

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La comunidad de Murcia, a través de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente, publicará una Orden de protección nacional transitoria sobre el melocotón de Cieza, en tanto se tramita su reconocimiento como Indicación Geográfica Protegida (IGP), según anunció a finales de marzo el consejero, Antonio Luengo, tras reunirse con los productores del sector.

Luengo remarcó la voluntad del Gobierno regional “de impulsar los productos singulares de calidad con que cuenta esta tierra, y tanto la Denominación de Origen Protegida como la Indicación Geográfica Protegida son instrumentos adecuados, por ser avalados por Europa y estar

sometidos a unos controles que garantizan el mantenimiento de unos estándares contenidos en el pliego de condiciones”.

El consejero recordó que con fecha 16 de octubre de 2020 la Comisión Europea acusó recibo de la solicitud, y que un reglamento de la Unión Europea de 2012 “permite que el Estado miembro conceda una protección al nombre, de forma transitoria y a escala nacional, con efectos desde la fecha de presentación de la solicitud a la Comisión, que cesará a partir de la fecha en que se adopte una decisión de registro o se retire la solicitud”.

Luengo indicó, asimismo, que en el caso de que la Comisión realice observaciones, a través del Ministerio, a la solicitud de registro presentada, “se contestará



Murcia quiere potenciar el melocotón de Cieza con una figura de calidad. / MDC

en tiempo y forma, y concluida esta fase, la Comisión publicará la solicitud en el Diario Oficial de la Unión Europea, abriendo un periodo de oposición internacional de tres meses. En caso de no existir oposición motivada, se registra la solicitud”.

En tanto, la Asociación de Productores y Comercializadores del melocotón de Cieza, formada por 23 empresas y entidades, habrá de constituirse en Consejo Regulador provisional, o asociación para la gestión de la IGP, eligiendo presidente y vocales en una asamblea constituyente y decidiendo la forma en que se llevará a cabo la gestión de las actividades de la Indicación Geográfica Protegida.

También elaborará un reglamento o estatutos articulado, que se publicará por Orden de la Consejería, donde se abordarán las cuestiones relacionadas con el funcionamiento del Consejo, competencias, funciones, órganos de gobierno, y sistema de control o financiación. Además, habrán de decidir la forma de acreditar que los productos comercializados bajo la denominación ‘IGP Melocotón de Cieza’ cumplen con lo dispuesto en el pliego de condiciones. En consecuencia, las empresas que deseen comercializar melocotón de Cieza deberán someterse al control de la entidad certificadora correspondiente, y adecuar sus etiquetas al nuevo producto.

En el Reglamento sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios se define la IGP como “un nombre que identifica un producto originario de un lugar determinado, una región o un país que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda, esencialmente, atribuirse a su origen geográfico y de cuyas fases de producción, una al menos tenga lugar en la zona geográfica definida”.

Una vez que una IGP se inscribe en el registro comunitario, el Reglamento indicado establece su protección frente a cualquier uso comercial directo o indirecto de un nombre registrado en productos no amparados por el registro; cualquier uso indebido, imitación o evocación, incluso si se indica el verdadero origen de los productos; cualquier otro tipo de indicación falsa o falaz en cuanto a la procedencia, el origen, la naturaleza o las características esenciales de los productos que se emplee en el envase o en el embalaje, en la publicidad o en los documentos relativos a los productos de que se trate; y cualquier otra práctica que pueda inducir a error al consumidor sobre el auténtico origen del producto.

A 3 ABRIL

Exportados 340.716.409 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2020/2021, a 3 de abril, se han enviado a países terceros, en exportación (340.361.326) y reexportación (355.083), un total de 340.716.409 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2019/2020, a 4 de abril de 2020, lo exportado eran 211.989.459 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 20/21		Campaña 19/20	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Albania			5.400	
Andorra	337.465	1.294	557.750	
Angola			99.555	
Arabia Saudita	17.906.623		10.722.824	
Argentina	2.745.913		621.629	
Armenia	18.183			
Australia	258.153		335.656	
Bahrain	278.348		171.282	
Bangladesh			39.842	
Bielorrusia	3.447.506		1.893.230	
Bosnia-Herzegovina	63.699		241.212	
Botsuana	22.880			
Brasil	17.477.761		22.285.900	
Bulgaria	210			
Burkina Faso	34.673		36.600	
Cabo Verde	65.041		309.358	73.901
Camerún			7.046	
Canadá	51.180.490	22.950	47.082.169	
Chad			21.840	
China	585.650		7.756.625	
Colombia	583.429		513.148	
Congo (República)	22.434		14.676	
Corea del Sur	384.886		182.096	
Costa de Marfil	103.528	4.787	100.842	2.592
Costa Rica	1.366.438		928.924	
Curaçao	381.076		308.330	
Djibouti			11.160	
El Salvador	194.565		105.420	
Emiratos Árabes Unid	10.678.718	300	8.801.868	
Estados Unidos	287.661		922.250	
Gabón	388.576		66.066	4.738
Georgia	42.042			
Ghana	135.740		44.969	
Gibraltar	251.703	11.779	226.545	9.844
Gran Bretaña	125.226.094	3.630		
Guatemala	202.043		168.840	
Guinea	23.348	3.540	1.981	1.439
Guinea Ecuatorial	260.620	37.358	283.095	58.173
Honduras	180.205		110.232	
Hong-Kong	67.920		133.880	
India	1.388		1.086	
Islandia	540.440		448.440	
Jordania	48.100		18.720	
Kazajistán	79.574		119.218	
Kenia	41.600			
Kuwait	647.024		514.915	
Macedonia	110.783		99.201	
Malasia	1.271.416		1.955.179	
Maldivas	10		2.613	
Mali	144.326	14.361	61.759	14.819
Marruecos	306	84	364	105
Mauricio			23.625	
Mauritania	53.500	1.469	1.790	3.625
Moldavia	656.763	19.613	1.283.863	1.080
Montenegro			40.652	
Nigeria	74.370		91.578	
Noiuega	36.438.467		33.055.230	13.440
Omán	1.486.826		1.082.563	
Panamá	1.792.194		982.043	
Perú	22.080			
Qatar	3.424.306		2.958.217	
Rep. Centroafricana	63.064	75.708	136.355	41.011
Rep. Demo. Congo			16.560	
Senegal	22.275		68.511	4.680
Serbia	1.855.681	160	2.874.891	2
Sierra Leona	9.405			
Singapur	373.091		354.877	
Sri Lanka			41.633	
Sudáfrica	2.287.125		2.993.879	
Suiza	50.022.088	158.049	54.084.309	210.713
Togo			810	
Ucrania	3.348.566		2.856.753	
Uruguay	342.938		267.423	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	3.403.032		39.163	
Satsuma	2.441.834	9	1.768.388	
Clementina	61.218.869	20.147	43.889.069	4.788
Clementina hoja	8.198.175		5.021.709	
Clemenvilla	4.528.429		3.171.737	
Hernandina	1.217.421		418.931	
Wilking	943			
Fortuna	108.696			
Kara			660	
Mineola	535			
Ortanique	8.700.899		6.213.472	
Ellendale	468			
Otras mandarinas	27.726.657	10.625	7.800.424	4.890
Uso industrial	98.728			
Nadorcott	18.776.122	35.213	8.328.793	80
TOTAL MANDARINAS	136.420.808	65.994	76.652.346	9.758
Navelina	58.480.415	19.566	39.534.519	4.915
Navel	10.867.319		5.298.908	5.978
Navel Late	2.464.500	257	1.631.980	39.460
Lane Late	52.167.814		46.859.925	
Salustiana	14.161.049		10.368.104	
Cadenera	326.482		166	
Sanguina	31.764		18.444	
Sanguinelli	836.703		473.891	
Valencia Late	303.104	109.709	280.860	36.030
Verna	67.685	23	4.170	39
Otras	7.755.239	43.421	1.826.259	80.008
Uso industrial	338.748		922.455	
Navel Powel	753.970		1.974.471	
Barberina	1.201.334	47	7.144	3.513
TOTAL NARANJAS	149.756.124	173.022	109.201.296	169.944
TOTAL LIMONES	49.625.326	107.344	23.338.680	245.786
TOTAL POMELOS	4.105.534	8.638	2.353.183	14.675

OPINIÓN

Apuesta por Intercitrus

La interprofesional cítrica Intercitrus se encuentra en un momento de inflexión. Tras muchos años, demasiados, con una actividad paralizada por los desencuentros entre las distintas ramas del sector, estamos recogiendo los frutos del trabajo bien hecho y más pronto que tarde esperamos empezar a avanzar en todas aquellas cuestiones prioritarias en las que coincidimos, que vienen a ser el 90% de los objetivos defendidos por el conjunto del sector cítrico español.

Es innegable que esta interprofesional ha pecado de inoperancia y falta de respuestas a los retos de nuestra cítricultura. Soy el primero que ha reprochado esta situación porque impedía la puesta en marcha de medidas que frenaran la sangría de los productores, acuciados por una crisis de rentabilidad insostenible. Sin embargo, no entendemos el anuncio que Asaja-Andalucía ha realizado en los medios de comunicación, especialmente en Valencia Fruits, de abandonar Intercitrus. Tanto es así que quisiera dejar algunas cosas claras para que nadie pudiera llegar a caer en una conclusión confusa y equivocada.

Uno de los miembros que forma parte de la rama de la producción de la interprofesional es la organización profesional agraria de ámbito nacional Asaja. Sus órganos de gobierno, encabezados por el presidente Pedro Barato, son los responsables de designar sus representantes en este organismo. Ninguna organización provincial o autonómica de Asaja puede cambiar eso: lo único que puede hacer es decidir si participa o no, si se involucra más o menos, pero Asaja Nacional seguirá siendo la entidad miembro, y si no hay unos habrá otros. Así lo estipulan los Estatutos de Intercitrus y así lo deciden los órganos de gobierno de Asaja.

No en vano, en estos momentos Asaja va a seguir representada en Intercitrus nada más y nada menos que con el presidente de la interprofesional: el secretario general de Asaja-Alicante, Ramón Espinosa, acompañado de otros representantes de Asaja. Sus primeros pasos al frente de la entidad han puesto de manifiesto su convicción

para convertir Intercitrus en un verdadero lobby que sea capaz tanto de erigirse en un referente nacional del sector de naranjas y mandarinas ante el Ministerio de Agricultura, como de proyectar en la Unión Europea todas las reivindicaciones de nuestro sector cítrico. Ese debe ser su papel y está decidido a ejercerlo con una actitud constructiva.



Intercitrus aglutina al sector de la naranja y la mandarina. / VF

"No entendemos el anuncio que ha realizado Asaja-Andalucía en los medios de comunicación de abandonar Intercitrus"

Bajo la presidencia de Asaja, y con el acuerdo de todos los miembros, Intercitrus tendrá a su disposición una sede en el centro de la ciudad de Valencia, cedida de forma gratuita por la Conselleria de Agricultura y abierta de lunes a viernes. También contará con una persona encargada de la gerencia que, con una dedicación exclusiva, desarrollará un trabajo constante de carácter técnico-político, dialogante con todos los agentes del sector y reivindicativo ante las administraciones.

La interprofesional pretende potenciar un calendario de reuniones periódicas con todos los integrantes. La recopilación y generación de datos de interés sobre la cítricultura por países, el impulso de la página web y la mayor presencia de la interprofesional en los medios de comunicación favorecerá la difusión de conocimientos tanto a nivel interno como hacia el resto de la sociedad.

En Intercitrus está integrado el 80% del sector cítrico español. Hay problemas que nos afectan a todos y, en ese sentido, habrá que labrar negociacio-

nes y avances para lograr que la interprofesional sea una herramienta útil. Todas las partes debemos dar muestras de madurez, buena voluntad y ceder en aras de cerrar consensos que pongan por delante el beneficio colectivo a los intereses particulares.

Entre las metas que juntos podemos alcanzar cabe destacar la máxima transparencia en los contratos de compraventa, la sensibilidad a la hora de recaudar fondos para campañas de publicidad y extensiones de norma, o la búsqueda de apoyos por parte de los poderes públi-

cos a fin de acometer campañas de promoción a medio plazo.

Resulta fundamental recuperar espacio en los mercados europeos —a los que enviamos más del 90% de nuestra producción— así como a destinos de países terceros, muchos de ellos aún por explorar. Con todo y con eso, será necesario al mismo tiempo reclamar reciprocidad en los acuerdos comerciales que la UE suscribe con países terceros, ya que no podemos competir con cítricos foráneos que no están obligados a cumplir las exigencias fitosanitarias, ambientales, laborales o sociales que sí establecen las mismas autoridades comunitarias a los cítricultores locales.

Otra demanda que Intercitrus pedirá en los pasillos y despachos de toda Europa será la mejora del control fitosanitario en frontera y el establecimiento de inspecciones en origen. Estamos jugando con fuego porque la cítricultura europea corre verdadero peligro en caso de que se introduzcan y expandan plagas y enfermedades de cuarentena tan devastadoras como la mancha negra, la falsa polilla, el cancro de los cítricos y, especialmente, el Huanglongbing (HLB).

Son muchos los desafíos que tiene nuestro sector cítrico y desde Asaja somos conscientes de la importancia capital que debe asumir Intercitrus para afrontarlos con unidad, liderazgo, seriedad y contundencia. Si bien los Estatutos deben ser escrupulosamente respetados, pueden ser mejorados a través de propuestas por parte de cualquier integrante. No sobra nadie, todos vamos en el mismo barco y todos debemos ir en la misma dirección: un futuro con precios dignos para todos y cada uno de los eslabones del sector cítrico español.

(*) Presidente de AVA-Asaja

IMITANDO A LA NATURALEZA



NUEVOS RECUBRIMIENTOS CI-CONTROL

CONTROLAN LOS MANCHADOS POR DAÑO POR FRÍO

Los manchados por Daño por Frío en cítricos aparecen posteriormente al almacenamiento y/o transporte frigorífico. Se manifiestan con mayor intensidad en la cara externa del fruto, mientras que la cara interna es la menos afectada porque conserva su cera epicuticular intacta. Citrosol ha conseguido mejorar las formulaciones de algunos recubrimientos con la protección extra **CI-CONTROL** que reduce, incluso elimina, estos manchados.

Esto, además, implica una **gran ventaja competitiva** en los mercados que exigen una reducción de materias activas.



@Citrosol_com



CITROSOL

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com

info@citrosol.com

OPINIÓN

Apuesta valiente

Si vemos lo que aparece, de forma oficial, en la página web del Ministerio de Agricultura, podemos leer qué se entiende por Organización Interprofesional Agroalimentaria atendiendo a lo que se contempla en la Ley 38/1994. Es aquella entidad constituida por organizaciones representativas de la producción, de una parte, y de la transformación, comercialización y/o distribución, de otra, dentro del contexto de un determinado producto incluido en el sistema agroalimentario. En esencia, se trata de un foro amparado por la legislación vigente, en el que en un contexto de igualdad, los productores, junto con el resto de los agentes de la cadena, pueden llegar a determinados acuerdos, incluso yendo más allá de lo que pudiera entenderse contrario a la normativa sobre competencia.

Se trata de una figura de extraordinaria potencia y efectividad, amparada por la normativa europea, y que se ha mostrado eficaz y eficiente para toda una serie de sectores en el viejo continente. Que yo conozca, no hay en la legislación de la Unión Europea ninguna otra figura con las posibilidades y herramientas que ofrece una organización interprofesional. Pero el éxito o el fracaso, en este escenario, ya no es cosa de los políticos, si no del propio sector; ya que es a él a quien se le ofrece la posibilidad de autodisciplinarse, adoptando sus propias decisiones, incluso recurriendo a la extensión de norma para aquellos que, por la razón que sea, no están dentro de una organización interprofesional. A menos que me demuestren lo contrario, estas cuestiones son imposibles de abordar dentro de un contexto normativo distinto al de las interprofesionales.

El sector español de los cítricos, una vez más, ha sido pionero en la puesta en marcha de esta figura, incluso antes de que se legislara sobre ella Bruselas o Madrid. Otros productos y países europeos ya habían generado foros de interlocución, y en el caso español, bien se puede decir que la constitución del CIC, Comité interprofesional Citrícola, en el año 1992, sería el precursor de la integración del sector citrícola en la actual Intercitrus, un 24 de septiembre de 1993. A partir de aquí, y ante la fuerza de los acontecimientos, no quedó más remedio que legislar en el seno de la Unión Europea y en la normativa española. Así, el 2 de diciembre de 1998, se publicó en el BOE la Orden Ministerial de 27 de noviembre de 1998, por la que se reconoce de forma oficial la existencia de Intercitrus por el Ministerio de Agricultura como Organización Interprofesional Agroalimentaria.

Fue en este contexto en el que Intercitrus, no sin las dificultades propias de una organización de este tipo, dio su mejor versión. No voy a ser prolijo en los logros



Presidente de la Sectorial de Frutas y Hortalizas de Cooperativas Agroalimentarias critica que "justo cuando más cerca está la posibilidad de reactivar la interprofesional citrícola, es cuando más críticas se están recibiendo de inoperancia". / ARCHIVO

de la primera época de actuación de Intercitrus, pues esta exposición ya ha sido realizada con anterioridad, en esta misma tribuna por otros compañeros de viaje de la organización interprofesional, pero sí que me van a permitir que me refiera a algún tema concreto. Y es que por más que pasan los años a nadie se le olvida, y a mí todavía menos, pues en aquel momento presidía esta interprofesional, el episodio de cierre de las fronteras norteamericanas a los cítricos españoles, como medida cautelar ante la denuncia de una consumidora de haber encontrado una larva de Ceratitis al abrir una mandarina. Larva que nadie vio, pero que sirvió para que un juez dictara una disposición cautelar que duró un año. El veto americano sorprendió en alta mar más de 20.000 toneladas de clementinas que se tuvieron que desviar a países terceros para no hundir más el mercado de la UE, principalmente a Rusia y su área de influencia, donde la rentabilidad de las operaciones se resintió, dado el consiguiente incremento de fletes y volumen de oferta. Aun así, la unidad del sector sirvió para poder minimizar en gran medida las consecuencias.

Mucho se ha escrito sobre las campañas de promoción. No cabe duda de que, en los últimos tiempos, distintas organizaciones españolas se han animado a poner en marcha sus programas, incluso con financiación de la Unión Europea, lo cual les ha granjeado distintos grados de reconocimiento. Sería injusto olvidar que la primera campaña, en este escenario interprofesional, fue la de Intercitrus captando fondos europeos en el periodo que fue desde 1998 y hasta el año 2008. De igual forma hay que reconocer que, fuera de este escenario, es prácticamente imposible acceder a los cuantiosos fondos comunitarios que Bruse-

En una interprofesión nadie ha dicho que las cosas sean fáciles, pero abandonar es la decisión más fácil

Creo y quiero apostar por una nueva oportunidad para una fórmula, la organización interprofesional. Dejarla de lado supondría un alto coste

las pone a disposición del sector. La relevancia de esta actuación resultó ser el motivo del paso de Intercitrus al proceso de hibernación, del cual ahora se pretende salir. Fueron representantes del colegio de las Organizaciones Profesionales Agrarias quienes ejercieron el veto a una nueva campaña de promoción si no se garantizaba unas determinadas cotizaciones en los contratos homologados, ya existentes por aquel entonces.

El resultado de este veto fue el paso de Intercitrus, en diciembre de 2011, a un estado de hibernación, despidiendo incluso, a todo el personal. Oficialmente, quedaba en estado latente, atendiendo a una estrategia de contención del gasto. El hecho real era otro, pues hay que recordar que, en aquellos momentos, se percibían 350.000 euros del gobierno valenciano, única Administración que apostó realmente por esta idea, pues no se recibieron otros fondos públicos, más allá de las aportaciones del Ministerio de Agricultura en el proceso de constitución. A partir de ahí, críticas de inoperancia, incluso por los propios socios de Intercitrus. ¿Y qué se puede esperar de algo que no tiene estructura alguna? Quizás, el hecho más anecdótico fue el protagonizado por el primer colectivo que abandonó oficialmente la organización. Durante el periodo de latencia, en el que la presidencia estatutariamente era rotatoria por un año, y en el

que se realizaban las tareas mínimas de mantenimiento de la organización, hubo un entonces socio que no soltó la presidencia durante tres años consecutivos, no brillando precisamente por la gestión de mantenimiento administrativo de la entidad.

Justo cuando más cerca está la posibilidad de reactivar la interprofesional citrícola, fruto del trabajo y tesón de unos cuantos que han tenido que echar horas más allá de sus obligaciones propias de su trabajo en sus respectivas organizaciones, es cuando más críticas se están recibiendo de inoperancia. Justo cuando existe quorum mayoritario de la necesidad de activar este foro, y cuando la contratación de un profesional al frente de la entidad va a ser un hecho, permitiendo poner en marcha el plan de actuación elaborado por el propio sector, parece que a algunos les ha entrado el miedo. Será a partir de que Intercitrus active todos sus resortes, con sede y estructura propia, cuando se deberá de analizar el éxito o fracaso de la gestión, no olvidando, que dicho éxito o fracaso será tan solo atribuible a los propios protagonistas, y que estos son los socios de la entidad. Y aquí es cuando hay que pensar, si en un contexto de análisis, y de debate continuo en un escenario de intereses contrapuestos, cómo se debe de medir el éxito, si por los logros o por mis logros.

Parece que el tema de la próxima sede de Intercitrus es



Por CIRILO ARNANDIS (*)

un tema de cierta relevancia en algunos contextos. Todo es opinable, y así, cada organización interprofesional de las reconocidas en España, han adoptado aquella decisión que han entendido más oportuna en base a sus propias circunstancias. Si nos atenemos a los datos obrantes en la página web del Ministerio, casi mitad por mitad tiene su sede en Madrid o fuera de Madrid. Por otra parte, hay que reconocer, que más allá incluso de los datos de producción, que el 70% del comercio citrícola en fresco lo producen empresas que tienen su sede social en la Comunitat Valenciana. Finalmente, hay que decir que la única propuesta concreta de sede de Intercitrus, con oferta real de ubicación y valor del alquiler, fue la elegida finalmente. Y es que quizás, su mínimo coste, en un contexto donde para unos más que otros, el pago de las cuotas es un tema singularmente relevante, también ha pesado en la decisión final.

A mi entender, los estatutos actuales también deben de ser motivo de análisis. En primer lugar, por el tiempo transcurrido desde su redacción, por el momento en el que se redactaron, y cuya consecuencia fue una estructura social bastante rígida. Parece que el elemento que llama más la atención es el de la unanimidad en la adopción de decisiones. Este punto, como cualquier otro, es susceptible de poder ser analizado y fruto de cualquier otro acuerdo en el futuro. Pero también es cierto que, como consecuencia de ello, aparecerían en escena otras cuestiones como una nueva representatividad, en la organización y entre colegios, además de un nuevo reparto económico en las aportaciones de cada entidad al presupuesto. No es que esté en contra de revisar la unanimidad, pero sí que me parece que hay temas más importantes que aquejan al sector como para paralizar el nuevo proyecto de Intercitrus.

Creo y quiero apostar por una nueva oportunidad para una fórmula, la organización interprofesional, que ya nos ha sido de utilidad. Dejarla de lado supondría un alto coste, que bien aprovecharían otros colectivos que compiten con nuestro producto. Además, ninguna otra fórmula va a ser capaz de visibilizar la imagen del sector; pues por más que nos lo propongamos, ninguna de nuestras organizaciones es posible que consiga más de modo individual en un contexto global. Puede que la primera piedra de toque en este nuevo escenario sea un futuro contrato homologado, como ya lo ha habido, y en el que animo a los principales protagonistas a aportar imaginación más que desazón. En una interprofesión nadie ha dicho que las cosas sean fáciles, pero abandonar es la decisión más fácil.

(*) Presidente de la Sectorial de Frutas y Hortalizas de Cooperativas Agroalimentarias



Control-Tec™

an AgroFresh solution

Tecnologías eficientes para la postcosecha

- Nuevas tecnologías de precisión que mejoran la eficiencia en la aplicación de fungicidas, ceras, recubrimientos, detergentes y desinfectantes.
- Soluciones únicas en los procesos de desverdización, maduración y desastringencia del caqui.
- Reducción, reutilización y depuración de aguas de tratamiento.

AgroFresh

We Grow Confidence™

AgroFresh.com

RESPONSABLE COMERCIAL

Sergio Aparicio Gargallo
Tel: 683 197 868
saparicio@agrofresh.com

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

Los términos completos están disponibles en www.agrofresh.com/terms-conditions

©2021 AgroFresh. Reservados todos los derechos.

El Reportaje



En la imagen, la Dra. Meritxell Pérez-Edo y su equipo en el laboratorio de Entomología del Departamento de Protección Vegetal y Biotecnología del IVIA. / IVIA

El IVIA busca patrones de cítricos tolerantes al HLB

El Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias potencia dos líneas de investigación dirigidas al control de la enfermedad: la búsqueda de material vegetal tolerante al HLB y el aumento del sistema inmune de la planta a través de sustancias volátiles

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

El huanglongbing (HLB) o greening de los cítricos es una enfermedad bacteriana devastadora que está provocando enormes daños en numerosas zonas cítricas del mundo. Como ejemplo, en Brasil apareció en 2004 y en diez años fue capaz de causar la muerte de 43 millones de plantas, mientras que, en Florida, tras su detección en 2005, ha dañado 66.000 hectáreas y ha provocado un descenso del 70% de la producción total de cítricos en este estado de Estados Unidos.

Afortunadamente, tanto la enfermedad como los dos principales insectos que la transmiten, los psíidos *Trioza erytreae* y *Diaphorina citri*, no están presentes hasta el momento en la citricultura mediterránea. Pero la detección en 2014 de uno de sus vectores en Galicia y Portugal, el psílido africano *Trioza erytreae*, mantiene en alerta a la citricultura española, confirmando que el HLB es una amenaza muy real y su llegada podría suponer un desastre de magnitudes inimaginables. Se trata, según los expertos, de la enfermedad más grave para la citricultura en todo el mundo debido a su complejidad, poder de destrucción y dificultad de gestión. De hecho, actualmente está definida como una afección incurable.

Ante este escenario tan pesimista, el futuro de la citricultura española pasa, sin lugar a dudas, por mantenerse el mayor tiempo posible libre del HLB y reforzar la investigación para encontrar

posibles soluciones para hacer frente esta grave amenaza.

En virtud de recientes y esperanzadores hallazgos obtenidos en California, el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA) ha potenciado dos líneas de investigación dirigidas al control de la enfermedad que dibujan una estrategia conjunta. Así, al control biológico en el que ya se trabajaba, se ha añadido ahora la búsqueda de material vegetal o patrones de cítricos tolerantes al HLB así como nuevas vías para potenciar el sistema inmune de la planta a través de sustancias volátiles.

Con el objetivo de presentar al sector estas nuevas estrategias, en las que ya se está trabajando con resultados prometedores, el IVIA celebró recientemente el webinar "Nuevas estrategias de lucha frente a HLB: material vegetal tolerante e inducción de defensas".

Alberto Urbaneja, coordinador del Centro de Protección Vegetal y Biotecnología del IVIA, fue el encargado de exponer la importancia del HLB, sus vectores y las nuevas líneas de trabajo en este campo. El control biológico de los insectos vectores fue el punto de inicio de los avances en la lucha y control de esta bacteria. A día de hoy se dispone ya, de hecho, de eficaces herramientas para hacer frente a la *Trioza erytreae*.

Son varios los frentes abarcados por la investigación en los que se está teniendo éxito. En este sentido, Alberto Urba-

neja detalló que desde el IVIA, en colaboración con el ICIA de Canarias, se ha desarrollado un método de detección específico y altamente fiable del HLB. Pero sin duda, para el coordinador el resultado más espectacular obtenido hasta la fecha son los óptimos resultados registrados en el control de este vector mediante la introducción del parasitoide *Tamarixia dryi*.

Desde el IVIA se puso en marcha un proyecto de control biológico clásico de *Trioza erytreae*, liderado por Alejandro Tena, que viajó hasta Sudáfrica para prospectar distintas zonas cítricas del país. Tras un minucioso análisis se seleccionó un parasitoide, *Tamarixia dryi*, que con todos los permisos necesarios pudo traer-se hasta el territorio español. Se introdujo en el ICIA y se liberó de forma experimental en la primavera de 2018 en la isla de Tenerife.

"Los resultados han sido espectaculares. Los cítricos se desarrollan sin los daños característicos del psílido en todas las zonas productoras de Canarias y en la actualidad es prácticamente imposible encontrar ejemplares de *Trioza erytreae*", argumentó Alberto Urbaneja.

Tras la eficacia demostrada en Canarias, con los permisos oportunos del Ministerio de Agricultura, *Tamarixia dryi* se liberó en Galicia, y en toda la zona afectada de Portugal, incluida Madeira. En colaboración con el ICIA, y junto con el Servicio de Sanidad Vegetal de Galicia, se introdujo en tres parcelas experi-

mentales de tal región en otoño del año 2019 y la suelta se reforzó en la primavera de 2020. Los resultados obtenidos muestran que en apenas dos meses el parasitoide fue capaz de desplazarse más de 30 kilómetros desde los puntos de suelta y alcanzar niveles de parasitismo cercanos al 75% en dichas zonas. Esta primavera se van a realizar sueltas en otras zonas del norte peninsular en las que también se ha detectado la presencia de *Trioza erytreae* como Asturias, Cantabria y el País Vasco.

Sin embargo, a pesar del éxito de la liberación de *Tamarixia dryi*, la amenaza del HLB continúa acechando. El psílido asiático *Diaphorina citri*, mucho más agresivo que *Trioza erytreae*, cada vez se encuentra más cerca de la citricultura mediterránea. En 2020 se localizó en Nigeria, Etiopía y en Kenia. "Esto supone una gran amenaza si se desplaza hacia el sur del continente africano. Desafortunadamente muchas de nuestras plagas nos han llegado desde Sudáfrica y el riesgo de introducción a través de material vegetal infectado es muy elevado. La aparición de *Diaphorina citri* pondría en jaque a la citricultura", afirmó con rotundidad Alberto Urbaneja.

Por ello, el instituto IVIA ha potenciado sus líneas de estudio dirigidas al control de la enfermedad. No obstante, el coordinador del Centro de Protección Vegetal y Biotecnología recaló que, "a pesar de todas las investigaciones, a día de hoy, la

mejor arma contra el HLB es la prevención".

■ PATRONES TOLERANTES

Entre las líneas novedosas de investigación que abren nuevas vías para el control de la enfermedad se encuentra la búsqueda de tolerancia en el material vegetal y el aumento del sistema inmune de la planta para frenar el efecto del HLB.

María Ángeles Forner, del Centro de Citricultura y Producción Vegetal, analizó los resultados que se van obteniendo en la búsqueda de patrones de cítricos tolerantes a la enfermedad y la situación del material vegetal del IVIA frente al HLB.

Esta enfermedad apareció en 2004 y 2005 en Brasil y Florida, y en 2013 llegó a California. En Florida ya observaron grandes diferencias en su incidencia en función del material vegetal. Algunos patrones de cítricos presentaban cierta tolerancia al HLB y las plantas seguían desarrollándose y produciendo en mejores condiciones que aquellas que mostraban más sensibilidad. Por ello, la Universidad de Florida y el USDA comenzaron a identificar los patrones más tolerantes o resistentes ante este problema.

Posteriormente se identificó que *Poncirus trifoliata*, el principal parental de todos los híbridos obtenidos en el programa de mejora de patrones del IVIA, portaba genes de resistencia al HLB. Pero en la Comunitat Valenciana no se puede utilizar como patrón principalmente porque es muy

sensible a la caliza y a la salinidad. Sin embargo, en el programa de variedades de Florida si han empleado *Poncirus trifoliata* para realizar cruzamientos y generar material vegetal con algo de tolerancia al HLB. De hecho, ya cuentan con una variedad que van a lanzar al mercado, denominada US SunDragon.

Pero realmente el cambio importante en esta línea de investigación llegó de la mano de la Universidad de California. En 2016 publicaron un artículo en el que realizaron una exhaustiva evaluación de material vegetal con tolerancia y resistencia respecto a la bacteria del HLB. Analizaron 66 accesiones de cítricos y otras 33 de cultivos afines, y se evaluaron en una zona con mucho huanglongbing en campo. Todos los materiales se clasificaron en ocho categorías, y las primeras cinco recogen material que presenta tolerancia, resistencia e incluso inmunidad ante esta enfermedad. Para María Ángeles Forner lo más importante de este estudio radica en que “se identificó resistencia y tolerancia en la familia de Aurantoideas, en *Eremocitrus* y *Microcitrus*. Esa resistencia o tolerancia se puede heredar en cítricos y la podemos aprovechar realizando híbridos”.

Otra noticia relevante, que publicó la Universidad de California Riverside en junio de 2020, informaba de que habían encontrado un péptido antimicrobiano en *Microcitrus australasica* y se postulaba como una posible cura para el HLB.

Más relevador si cabe fue el hallazgo de la científica Hailing Jin, quien estudió los cítricos identificados por la Universidad de California Riverside como tolerantes y analizó las causas de esa resistencia. En su investigación encontró un péptido antimicrobiano muy estable a temperatura (SAMP, *stable antimicrobial peptides*). Este péptido actúa frente al HLB mediante dos mecanismos complementarios, una acción directa de toxicidad sobre la bacteria que produce el HLB, y una acción indirecta al activar el sistema inmune de la planta y por tanto protegiéndola de la infección.

De todos los SAMPs presentes en los materiales vegetales comprobaron que MaSAMP de *Microcitrus australasica* es el que tiene mayor efecto antibacteriano. Lo inyectaron en plantas con alta carga bacteriana de HLB y comprobaron que se curaban.

“MaSAMP reduce significativamente el contenido de la bacteria y por tanto tiene un efecto bactericida. Pero, además, se comprobó que activa el sistema de defensa sistémico. MaSAMP actúa como una vacuna porque induce todo el sistema inmunitario de la planta y los árboles sanos no se infectan de HLB”, explicó María Ángeles Forner.

Los péptidos son proteínas naturales, y por lo tanto no son patentables, lo que los convertiría en una solución accesible para todos los citricultores. Y si se obtiene una vacuna no sería necesario arrancar y reconvertir todas las plantaciones como ocurrió cuando llegó la enfermedad de la tristeza.

Los resultados de estas investigaciones han abierto nuevas vías de estudio en el IVIA. El centro tiene un programa de pa-



Primeras sueltas de *Tamarixia dryi* para frenar el avance del psílido *Trioza erytreae*. / IVIA



La citricultura española se mantiene en alerta tras detectarse en 2014 el psílido africano *Trioza erytreae* en Galicia y Portugal. / ARCHIVO

trones híbridos de cítricos que se evalúan para todas las condiciones y problemas presentes en la Comunitat Valenciana. Actualmente, cuentan con 26 patrones registrados y 5 comerciales, y se han obtenido poblaciones nuevas de *Microcitrus*.

Con los patrones del IVIA se ha logrado aumentar la rentabilidad de las plantaciones. Concretamente, Forner Alcaide 5 es actualmente el más vendido y este año ya no quedan plantas en los viveros. Se trata de un patrón que se ha adaptado a las condiciones de la Comunitat Valenciana y mejora notablemente los resultados de los patrones que se utilizan de forma más habitual.

En relación a la actuación del IVIA frente al HLB siguiendo estas nuevas líneas de trabajo, María Ángeles Forner detalló que el instituto va a identificar entre todas las poblaciones citricolas de la Comunitat Valenciana cuántas presentan péptidos antimicrobianos capaces de controlar el HLB. En este sentido, la gran ventaja del instituto es que cuenta la mayor colección de material vegetal del mundo.

“Vamos a identificar los distintos SAMPs y a cuantificarlos en todo el material vegetal. Además, realizaremos una secuenciación de péptidos y una evaluación de su capacidad antimicrobiana. Hasta ahora se ha

identificado que MaSAMP de *Microcitrus* cuenta con una elevada propiedad antimicrobiana pero podemos encontrar SAMPs que tengan todavía mayor capacidad”, detalló la investigadora.

El instituto también analizará las principales rutas de mecanismos de defensa de las plantas y van a seleccionar el material vegetal en el que los sistemas defensivos se activan de forma más acusada. También se iniciará un plan de protección de las plantaciones adultas realizando diferentes pruebas con los péptidos que se identifiquen. Pruebas de injerto, patrón o madera intermedia, injertos recíprocos para comprobar si la producción de SAMP es mayor en la copa o en la raíz, y la distribución que puede tener el péptido en las diferentes combinaciones de material vegetal.

“Y por supuesto, vamos a realizar nuevas plantaciones con una red de parcelas de patrones tolerantes al HLB, que nos permitirá tener el material perfectamente evaluado en gran número de condiciones y con gran información útil. Y continuaremos haciendo cruces para generar nuevas poblaciones de patrones con potencial tolerancia a la enfermedad. El objetivo es generar nuevo material vegetal que pueda ser útil en el futuro”, concluyó María Ángeles Forner

■ INDUCCIÓN DE DEFENSAS

Meritxell Pérez-Hedo, investigadora del Centro de Protección Vegetal y Biotecnología, analizó otro avance en la gestión de plagas y enfermedades a través de la inducción de defensas de las plantas en general, y de los cítricos en particular. Además de la búsqueda de tolerancias innatas en el material vegetal del IVIA, otra vía indirecta de potenciar las defensas de las plantas frente a plagas y enfermedades como son los vectores del HLB y el propio HLB, es activar sus defensas a través de volátiles. Recientemente el instituto ha descubierto cómo activar estos mecanismos de defensa en cítricos mediante la exposición a volátiles que emiten las propias plantas.

En un proyecto iniciado ya hace 7 años para el tomate, en el instituto se han identificado varios volátiles capaces de activar defensas en plantas. Se ha demostrado cómo la exposición a estos volátiles puede activar diversos genes relacionados con la defensa y aumentar la acumulación de compuestos específicos de defensa como son los inhibidores de proteínas con acción plaguicida.

El IVIA ha liderado en colaboración con el CEQA y el IBMCP el desarrollo de un difusor polimérico que consigue liberar el volátil (Z)-3-hexenil propanoato de manera constante y a una dosis suficiente para activar defensivamente diversos cultivos (patente española nº ES2763224). Entre los cultivos donde esta técnica puede aplicarse están los cítricos, donde ya se ha comprobado el efecto positivo de esta inducción defensiva en varias plagas clave como es el caso del psílido asiático *Diaphorina citri*. Pero podría ser también eficaz frente a otras plagas de gran impacto, como ahora lo es el llamado Cottonet de Sudáfrica.

Los cítricos expuestos a estos volátiles resultan altamente atractivos para enemigos naturales con lo que esta nueva herramienta de control puede potenciar además el control biológico. Además, la exposición a (Z)-3-hexenil propanoato activa las mismas rutas de defensa que activa el péptido SAMP, descrito anteriormente, que se ha demostrado como capaz de limitar la infección por HLB. Por tanto, esta nueva técnica basada en el uso de volátiles emerge como una herramienta potente en la gestión de esta enfermedad.

Los resultados son prometedores. Meritxell Pérez-Hedo detalló que en 2019 ya viajaron a la Universidad de Florida con el volátil y el difusor para analizar los resultados sobre el vector *Diaphorina citri*. “Colocamos difusores en un campo de naranjas Valencia donde realizamos un recuento de brotes receptivos que tenían los árboles. La aplicación de (Z)-3-hexenil propanoato redujo la puesta de huevos de *Diaphorina citri* en más de un 70% por la exposición al volátil”.

No obstante, los desafíos en esta línea de investigación todavía son grandes. Hay que conocer los efectos en distintas combinaciones de patrón/variedad, estudiar la duración de la activación y si es permanente, conocer los efectos metabólicos de las plantas a mantener esta respuesta activada en el tiempo, estudiar la aplicación a gran escala y analizar los efectos sobre diversas plagas y enfermedades en cítricos, porque el HLB y sus vectores suponen una gran amenaza pero no se deben dejar de lado otros problemas que perjudican a la citricultura valenciana.

En las últimas semanas ya se ha instalado todo el sistema necesario en el IVIA y se comienzan a obtener los primeros resultados con parasitoides autóctonos. *Aphytis melinus*, un parasitoide del piojo rojo, muestra preferencia por el patrón Amargo y Carrizo activados con (Z)-3-hexenil propanoato. “Dentro de las posibilidades, seguimos con esta línea en marcha. Trabajamos en los efectos de las plagas y los enemigos naturales tanto en laboratorio como en semicampo. Intentamos conocer el efecto de la activación de las defensas de las plantas sobre enfermedades causadas por hongos, bacterias, virus y nematodos. Sobre el HLB, en la Comunitat Valenciana no podemos trabajar, pero nuestra intención es, cuando la pandemia lo permita, viajar a zonas donde se encuentra presente la enfermedad para investigar en esta línea”, concluyó Meritxell Pérez-Hedo.

Impulso a la investigación para hacer frente al HLB

Desde la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica de la Generalitat Valenciana, con la colaboración de los distintos actores del sector citrícola, se va a dar un impulso a estas dos líneas de investigación: la búsqueda de material vegetal tolerante al HLB, y el aumento del sistema inmune de la planta a través de sustancias volátiles. En concreto, se va a lanzar un ambicioso proyecto de investigación que comprende desde estudios básicos sobre las bases moleculares que están tras la tolerancia al HLB y la inducción de defensas, pasando por un exhaustivo *screening* de más de 500 patrones híbridos desarrollados en el IVIA a partir de parentales previamente descritos como tolerantes, hasta estudios agronómicos en campo donde también se analizará la eficacia de distintas combinaciones de material vegetal del IVIA e inductores frente a plagas y enfermedades entre las que se encuentra, cómo no, el HLB.

El principal objetivo de este proyecto es poder contar en un horizonte no muy lejano con un abanico de material vegetal tolerante al HLB, adaptado a las condiciones de cultivo mediterráneas, así como de un nuevo método sostenible de control que active las defensas de las plantas y con ello reducir el impacto de plagas y enfermedades. ■

Agrocultivos

Granada prevé incrementos de producción de espárrago verde

La temporada se desarrolla con la previsión de registrar un aumento de la oferta de hasta el 10 por ciento y exportar alrededor del 80 por ciento de la cosecha

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de recolección de espárrago verde se encuentra a pleno rendimiento en la vega y el poniente granadino. La temporada comenzó a principios de marzo y, de momento, se desarrolla con una producción ligeramente inferior a la del año pasado, debido a los cambios bruscos de temperatura de estas últimas semanas. No obstante, las previsiones reflejan un ascenso del volumen global de cosecha.

En las fincas, los agricultores recolectan el producto, mientras las cooperativas desarrollan en sus instalaciones las labores de manipulado y envasado de producto. “Esperamos una campaña con buena calidad y un aumento de la oferta entre un 5% y un 10%”, subraya el representante del sector del espárrago verde de Cooperativas Agro-alimentarias de Granada, Antonio Zamora, a su vez presidente de la cooperativa Centro Sur (Huétor Tájar).

Durante los cuatro meses de la campaña, Granada produce unas 33.000 toneladas de espárrago verde —datos de 2020—, el 67% del total producido en Andalucía y más de la mitad del espárrago verde que ofrece el territorio nacional. El principal mercado de destino es internacional (80%), comercializándose en la mayoría de países comunitarios, especialmente Alemania, Suiza y Francia. El



En estos días en la vega y el poniente granadino la recolección de espárragos está a pleno rendimiento. / ARCHIVO

Las cooperativas lideran el sector

Granada es la primera provincia productora de espárrago verde a nivel nacional. Cooperativas Agro-alimentarias de Granada brinda su apoyo a este cultivo social que centra la actividad de quince cooperativas agrarias, más de 5.600 agricultores y 7.200 hectáreas, generando más de 18.000 empleos directos e indirectos durante la campaña. Quince cooperativas lideran este sector orientado a conseguir la máxima calidad y con un mercado consolidado en Europa: Centro Sur (Huétor

Tájar), Agrícola San Francisco “Cosafra” (Huétor Tájar), Los Gallombares (Ventorros de San José), San Isidro (Loja), Espárrago de Granada 2º Grado (Láchar), Agroláchar (Láchar), Vegachachina (Chachina), Españón (Moraleta de Zafayona), Agromesía, Espalorquiana (Fuente Vaqueros), Hortovilla (Villanueva Mesía), Soto de Fuente Vaqueros (Fuente Vaqueros), Granagenil (Purchil), Los Fresnos (Romilla) y Espárrago de Cartuja (Granada). ■

consumo nacional está en auge, si bien el pasado año sufrió un notable descenso debido al cierre del canal Horeca por la crisis sanitaria.

La calidad del agua, las condiciones orográficas privilegiadas de la vega y la profesionalidad de los agricultores unidos en cooperativas per-

miten obtener un producto muy diferenciado: calidad premium, sabor potente, textura agradable y fresca óptima. Durante todo el año, las coo-

perativas del sector innovan implementando nuevas variedades, producción ecológica y se inician algunas experiencias de cultivo en invernadero para optimizar el rendimiento de las plantaciones.

En todo el proceso productivo, desde el campo hasta las instalaciones y el packaging, predominan los métodos respetuosos con el medio ambiente, garantizando la trazabilidad y sostenibilidad de un espárrago verde con propiedades altamente saludables.

La federación granadina, junto a las cooperativas del sector, apuestan por la mejora de la competitividad de esta hortaliza. “En un contexto de gran competencia de terceros países, la creación de una Interprofesional del Espárrago Verde que une al conjunto del sector nacional nos ayudará a fortalecer la comercialización de este producto de calidad y a defender su competitividad en el mercado”, resalta Antonio Zamora, haciendo referencia al proyecto de Interprofesional que ya cuenta con el apoyo de productores y organizaciones representativas del sector andaluz y de otras comunidades como Castilla-La Mancha y Extremadura.

En paralelo, la federación sigue animando al consumo de esta hortaliza de temporada, compartiendo sus bondades y excelentes propiedades nutricionales que ayudan al buen funcionamiento del organismo, fortalecen el sistema inmunológico y previenen multitud de enfermedades.

El consumo de espárrago verde apoya de manera muy significativa al empleo y a la económica de más de una veintena de pueblos granadinos, donde este cultivo es la principal fuente de ingresos y de empleo agrario durante la campaña.

En Aragón las heladas reducen a la mitad la cosecha de fruta en algunas zonas

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Las últimas heladas han ocasionado importantes daños en la cosecha de fruta en algunas zonas de Aragón que puede llegar a la pérdida de la mitad de la producción. Las zonas más afectadas han sido las comarcas oscenses del Bajo Cinca y La Litera, las zaragozanas de Calatayud y La Almonia, y las turolenses del Jiloca y el Bajo Aragón.

Se estima que se perderán millones de kilos y miles de puestos de trabajo vinculados a plantaciones de albaricoque, melocotón, nectarina, paraguay, cereza y almendro, principalmente. Además, los árboles también han sido dañados por el frío y está en

peligro la cosecha del año que viene.

Un ejemplo lo tenemos en la comarca del Bajo Cinca, una de las mayores zonas productoras de Aragón, donde la producción caerá de 300 a 150 millones de kilos y, además, se destruirán entre 2.000 y 3.000 empleos directos, sin contar los que se generan en almacenes o empresas de transportes. Algunas fincas quedaron totalmente arrasadas por la bajas temperaturas, que llegaron a valores de hasta seis grados bajo cero.

El responsable de fruta dulce de UAGA, Óscar Moret, ha señalado que, al ir de finca en finca, “hemos visto que los daños son

generalizados, con afecciones que van del 30 al 100%”.

Y no solo para los productores, también para el resto del sector, pues la necesidad de mano de obra caerá como mínimo un 50%. Por lo que Moret se pregunta “qué haremos entonces con los temporeros”, consciente de que muchos se desplazarán igualmente hasta el Bajo Cinca, debido a su imperiosa necesidad de trabajo.

Se reclaman líneas de ayuda a través de los diferentes fondos disponibles, ya que el sector “va a sufrir uno de los varapalos más fuertes de los últimos años y no podemos dejarlo caer en un contexto de cri-



Las heladas se cebaron en los frutales del Bajo Cinca. / JAVIER ORTEGA

sis económica como la actual”, según Moret. La alcaldesa de Fraga, Carmen Costa, se reunió con el delegado de Agroseguro en Aragón, Juan Cruzán, para analizar los efectos de las heladas en la comarca de Bajo Cinca. A la reunión asistió también el director de Mercofraga, Ignacio Gramún.

Le trasladaron la inquietud que hay en el sector por la importancia de agilizar al máximo todos los trámites y de realizar peritaciones lo más ajustadas al

daño real, a lo que el delegado de Agroseguro ofreció toda su colaboración.

Respecto al empleo, la alcaldesa de Fraga señaló que “ahora mismo hay entre 2.000 y 3.000 personas que podían trabajar en la campaña de este año y que ya no encontrarán empleo. Hay que ser claros y lanzar el mensaje de que no vengán aquí porque no tendrán trabajo ni vivienda y que busquen otras zonas que no se hayan visto afectadas por las heladas”.



Cítricos y caquis valencianos se cultivarán en Australia para conocer su adaptabilidad a otras condiciones climáticas y edafológicas. / ARCHIVO

Caquis y cítricos valencianos, a 40 grados en el sur de Australia

El IVIA pone en marcha un ensayo de mejora genética ante el cambio climático

► INMACULADA MARTÍNEZ. EFEAGRO. A temperaturas de 40 grados, mantenidas durante bastantes días, vivirán caquis y cítricos valencianos en el sureste de Australia durante los próximos años, en un experimento para conocer su adaptabilidad a otras condiciones climáticas y edafológicas con la mira puesta en el cambio climático.

No solo las temperaturas, también la pluviometría y la composición del suelo serán los componentes diferenciales de este ensayo de mejora genética que ha puesto en marcha el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA).

El experimento se plasma en un convenio de colaboración entre este instituto investigador y el Dareton Primary Industries

Institute de Australia para plantar en esta ciudad del extremo oeste de Nueva Gales del Sur cítricos y caquis a partir del injerto de la variedad en los patrones (plantas y semillas) que enviará el IVIA y que están protegidos por propiedad intelectual.

El IVIA ha hecho una selección del material que, al estar protegido, garantiza su propiedad por parte del organismo valenciano de cara a una futura explotación, según explica la coordinadora del Centro de Citricultura y Producción Vegetal, Marisa Badenes.

En el sureste de Australia, en condiciones más áridas y mayores temperaturas, se plantarán en varias localizaciones, dentro de la misma zona, y se irán anotando todos los datos

(producción, calidad del fruto y tamaño del árbol) que aporten a partir de unos sensores mediante un informe anual que remitirá al IVIA desde el establecimiento de la plantación.

El instituto de Dareton corre con todos los gastos de experimentación, y al menos tiene que recoger tres años de datos, pero hacen falta seis o siete para obtener registros concluyentes.

Hay que disponer de una parcela, cuidar los árboles, contar con un técnico que recoja los datos que ofrecen los sensores... Dependiendo de la superficie, el coste puede ser de varios miles de euros anuales, pero en este caso la instalación ya está muy mecanizada y se ha hecho una inversión importante en infraestructuras.

El IVIA obtiene con el acuerdo muchos datos que aquí no podría obtener —“será muy enriquecedor y útil”, según Badenes— y la posibilidad de ampliar la explotación de su material. De hecho, con Australia sería posible un segundo convenio —de explotación del material vegetal— si los resultados concluyen en la adaptabilidad a sus características de clima, pluviometría y suelo.

“Cuanto más datos de comportamiento obtengas del material, más información tienes para saber dónde lo puedes plantar y dónde no, y cómo es la interacción de esos patrones con la variedad”, añade la coordinadora del Centro de Citricultura y Producción Vegetal.

Fue el Dareton Primary Industries Institute el que se inte-

El experimento se plasma en un convenio de colaboración entre el IVIA y el Dareton Primary Industries Institute de Australia

resó por el material vegetal del IVIA al leer sus avances en publicaciones en revistas científicas y la propia Badenes ha visitado las instalaciones, de las que destaca el número de sensores y la competencia de su personal.

■ MIRADA INTERNACIONAL

En la zona donde se desarrollará el experimento ya cultivan cítricos y caquis, con una producción no demasiado grande que exportan al sudeste asiático, pero no son un área de competencia para la producción española, por eso es “estupendo que nuestros materiales se puedan explotar allí”, considera la coordinadora.

Es la primera vez en la que se realiza un acuerdo de experimentación con Australia, pero el IVIA tiene en marcha programas de mejora y colabora a nivel internacional con otros países, como Argentina. Esta línea de intercambio de programas de mejora genética que tienen en cuenta el cambio climático recibe mucho interés por parte de otros países y han recibido peticiones de países sudamericanos y de Estados Unidos, Sudáfrica o Turquía, pero se va desarrollando poco a poco y con la intervención del Ministerio de Exteriores.

Marisa Badenes explica que en cultivos existe bastante investigación privada pero si hablamos de árboles es “más complicado” porque los programas se prolongan durante 20 o 30 años, de ahí la importancia de los programas públicos para conseguir materiales que se adapten a nuestras condiciones. El cambio climático ofrece muchos retos: temperaturas más altas, cambios en la pluviometría, problemas de falta de recursos hídricos y de calidad del agua, que originan más estrés en las plantas al aumentar la evapotranspiración.

“En la selección de los mejores mecanismos de defensa para esas condiciones es donde interviene la mejora genética”, concluye la experta.

Aragón concede ayudas para el alojamiento de los temporeros de la fruta

Las subvenciones fijadas por el Gobierno son de 215.000 euros

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El Gobierno de Aragón ha convocado ayudas para financiar el acondicionamiento de alojamientos de los temporeros durante la campaña de la recogida de fruta.

Pueden solicitar estas subvenciones, dotadas con 215.000 euros, las empresas y cooperativas agrarias. El objetivo es apoyar al sector agropecuario aragonés y facilitar que sus trabajadores temporales tengan alojamientos adecuados, mejo-

El objetivo del Gobierno de Aragón es apoyar al sector agropecuario y facilitar que sus trabajadores temporales tengan alojamientos adecuados

rando sus condiciones laborales y, al mismo tiempo, reduciendo los riesgos frente al coronavirus. Paralelamente al anuncio de estas ayudas, el Gobierno aragonés puso de manifiesto su intención de intensificar las inspecciones en las explotaciones agrícolas,

de forma conjunta con el resto de las administraciones, para incrementar los controles en las zonas donde se concentran los trabajadores temporales.

Esta temporada se cuenta con un censo de recursos alternativos que, en caso de brote, permi-



Pabellón de Fraga (Huesca) para acoger a los temporeros / JAVIER ORTEGA

tiría a los municipios afectados a aislar a los temporeros contagiados y evitar así la propagación del virus.

La Consejería de Sanidad ha recordado que, en caso de que fuese necesario, actuaría siguiendo los protocolos que se siguen ante cualquier brote en el marco de sus competencias: la realización de pruebas diagnósticas, seguimiento de los casos y rastreo de los contactos. Igualmente, el departamento de Ciudadanía y Derechos Sociales

ha puesto en marcha una campaña de sensibilización para poner el acento en los derechos de las personas inmigrantes y hacer visible su situación.

Además, está a disposición de cualquier institución pública o entidad que lo requiera para colaborar en aspectos como la traducción e interpretación; la accesibilidad de toda la información y la asistencia jurídica especializada en temas relacionados con inmigración y extranjería.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 1 de abril de 2021, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	1,65
Aguacate.....	4,10
Almendra.....	7,50
Pomelo.....	1,00
Avellana.....	8,25
Caqui.....	1,50
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	4,50
Cerezas.....	3,75
Cocos.....	1,20
Membrillo.....	1,00
Dátiles.....	3,00
Feijoa.....	4,00
Higo.....	8,00
Higos Chumbos.....	4,00
Frambuesa.....	1,50
Grosellas.....	13,00
Kiwis.....	2,00
Lichis.....	3,10
Lima.....	1,50
Limón.....	0,85
Fresa.....	2,25
Fresón.....	2,90
Granada.....	1,25
Mandarina Clementina.....	1,80
Satsuma.....	2,80
Otras.....	1,20
Mangos.....	1,75
Maracuyá.....	8,00
Melón Galia.....	0,95
Amarillo.....	0,85
Piel de Sapo.....	1,50
Otras.....	3,00
Moras.....	16,00
Nashi.....	0,75
Nectarina Blanca.....	2,50
Amarilla.....	2,50
Níspero.....	4,00
Nueces.....	9,00
Olivas.....	3,80
Papayas.....	3,00
Pera Blanquilla.....	1,10
Verano.....	2,00
Invierno.....	1,50
Temprana.....	0,75
Piña.....	1,00
Pitahaya.....	9,00
Plátanos Canario.....	1,20
Importación.....	1,00
Manzana Bicolor.....	1,30
Amarilla.....	1,20
Verde.....	1,30
Roja.....	1,30
Otras.....	1,30
Melocotón Amarillo.....	2,00
Rojo Pulpa Blanca.....	2,00
Rojo Pulpa Amarilla.....	3,25
Ciruela.....	2,40
Uva Blanca.....	2,20
Negra.....	1,90
Rambután.....	5,00
Sandía con semilla.....	1,25
Sin semilla.....	1,80
Naranja.....	0,80
Chirimoya.....	3,50
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	0,75
Redonda.....	2,25
Ajo Seco.....	3,50
Tierno.....	0,80
Apio.....	0,55
Acelgas.....	0,40
Batata.....	0,80
Borraja.....	1,00
Brócoli.....	1,80
Brecol.....	1,50
Calçots.....	0,11
Calabaza.....	0,60
Calabacín.....	0,75

Cardo.....	0,70
Alcachofa.....	1,60
Cebolla Seca.....	0,30
Figuera.....	1,10
Tierna.....	0,65
Pepino.....	0,80
Col Repollo.....	0,50
Bruselas.....	0,90
Lombarda.....	0,30
China.....	0,70
Coliflor.....	1,60
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,85
Larga.....	0,60
Otras.....	0,40
Endibia.....	1,00
Escarola.....	0,70
Espárragos Blancos.....	10,00
Verdes.....	3,50
Espinaca.....	0,50
Haba.....	1,00
Hinojo.....	0,70
Perejil.....	0,30
Judía Bobi.....	2,00
Perona.....	3,50
Fina.....	1,40
Otras.....	1,60
Nabo.....	1,20
Zanahoria.....	0,55
Patata Blanca.....	0,36
Temprana.....	0,39
Roja.....	0,50
Pimiento Lamuyo.....	2,00
Verde.....	1,85
Rojo.....	2,40
Guisante.....	3,00
Puerro.....	1,70
Rábano.....	0,60
Remolacha.....	0,80
Tomate Maduro.....	0,90
Verde.....	1,40
Chirivía.....	1,00
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola.....	3,50
Rovellón-Niscalo.....	12,00
Champiñón.....	2,40
Otras Setas.....	10,00
Pera Blanquilla.....	0,85
Maíz.....	0,85
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 15 al 22 de marzo de 2021, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante. (Últimos precios recibidos).

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	1,20
Aguacate Hass.....	2,60
Fuerte.....	2,80
Almendra.....	3,20
Ciruela Otras Familia Black, Roja.....	1,96
Coco en Seco.....	0,80
Dátil Deglet Nour.....	2,00
Medjoul.....	7,50
Frambuesa.....	8,00
Fresón Ventana.....	2,60
Pájaro.....	1,72
Granada Grano o Mollar de Elche.....	1,10
Higo Seco.....	3,10
Kivi Otras Variedades.....	1,80
Pulpa Verde.....	2,80
Lima Persian (ácida).....	2,20
Limón Fino o Primafiori.....	0,40
Verna.....	0,60
Mandarina Fortuna.....	1,48
Hernandina.....	1,00
Mango Otras Variedades.....	2,20
Tommy Atkins.....	1,78
Manzanas Fuji.....	1,54
Golden.....	1,10
Granny Smith.....	1,45
Otras Variedades.....	1,10
Pink Lady.....	1,60

Royal Gala.....	1,34
Melón Piel de Sapo y similares.....	1,43
Naranja Lane Late.....	0,40
Navel.....	0,41
Navelina.....	0,45
Nuez.....	4,23
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,95
Papaya o Papayón.....	1,90
Pera Conferencia.....	1,09
Agua o Blanquilla.....	1,00
Ercolini / Morettini.....	2,83
Piña Golden Sweet.....	1,21
Plátano Americano o Banana.....	0,75
Banana Otras Variedades.....	0,75
Canarias 1ª.....	1,01
Canarias 2ª.....	0,57
Canarias Extra.....	1,40
Macho.....	0,97
Pomelo Rojo.....	0,90
Resto de frutas.....	0,60
Sandía con Semilla.....	1,63
Uva Red Globe, roja.....	2,27
Sin semilla negra.....	2,50
Sin semilla blanca.....	2,90
Victoria, blanca.....	3,06
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Lisas, Verde.....	0,60
Hojas Rizadas, Lyon.....	0,60
Ajo Blanco.....	3,00
Tierno o Ajete.....	1,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	0,90
Apio Verde.....	0,50
Berenjena Morada.....	0,80
Otras Variedades.....	0,59
Boniato o Batata.....	0,77
Brócoli o Brócoli o Brecol.....	0,90
Calabacín Verde.....	0,65
Calabaza de Invierno.....	0,40
De Verano.....	0,50
Cardo.....	1,00
Cebolla Grano de Oro o Valenciana.....	0,40
Blanca Dulces Fuentes de Ebro.....	1,27
Morada.....	0,89
Cebolleta o Cebolla Tierna.....	2,50
Chirivía.....	1,00
Col Lombarda o Repollo Rojo.....	0,50
Hojas Lisas.....	0,30
Repollo Hojas Rizadas.....	0,50
Coliflor.....	0,90
Endivia.....	1,04
Escarola Rizada o Frisée.....	0,50
Espárrago Verde o Triguero.....	3,10
Espinaca.....	0,70
Guindilla Roja.....	2,08
Verde.....	4,23
Haba Verde o Habichuela.....	1,30
Jengibre.....	2,50
Judía Verde Fina.....	1,74
Verde Perona.....	1,68
Lechuga Cogollo.....	1,80
Hoja de Roble.....	0,75
Iceberg.....	1,00
Otras Variedades.....	0,75
Romana.....	0,35
Nabo.....	0,90
Pepino Corto o Tipo Español.....	1,50
Alpicoz.....	4,00
Otras Variedades.....	0,71
Perejil.....	0,60
Pimiento Otras Variedades.....	1,57
Rojo California.....	0,94
Amarillo tipo California.....	2,74
Rojo Lamuyo.....	1,00
Verde Italiano.....	1,20
Verde Padrón.....	2,58
Puerro.....	0,90
Rábano y Rabanilla.....	1,20
Remolacha Común.....	0,55
Resto de Hortalizas.....	0,60
Seta Champiñón.....	1,79
Shii-Take.....	4,20
Tomate Asurcado Verde Raf.....	2,25
Cherry.....	2,52
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta.....	0,84
Liso Rojo Rama.....	1,05
Liso Verde Rambo.....	1,37
Otras Variedades.....	1,15

Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,16
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	0,50
Rama.....	0,50
PATATAS	Euros/kg
Blanca Otras Variedades (Granel).....	0,46
Blanca Spunta (Confec.).....	0,46
Blanca Spunta (Granel).....	1,00
Roja Otras Variedades (Confec.).....	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 30 de marzo al 2 de abril de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Fresones.....	1,30-1,20
Limones.....	0,80
Manzana Golden.....	1,20
Naranja Navel.....	0,80
Pera Blanquilla.....	1,20
Passacrasana.....	1,20
Piñas.....	1,10
Plátanos.....	1,30
Pomelos.....	1,10
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas.....	1,75-1,65
Cebollas.....	0,40
Grano de Oro.....	0,40
Coliflor.....	1,40
Judías Verdes Perona.....	2,50
Lechugas.....	0,33
Patatas Calidad.....	0,23
Patatas Primor.....	0,80
Tomate Maduro.....	1,40
Verde.....	2,00
Zanahorias.....	0,45

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 22 al 28 de marzo de 2021. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	3,41
Almendras.....	8,83
Ciruela.....	2,33
Chirimoya.....	3,31
Dátil.....	9,35
Fresa / Fresón.....	1,62
Granada.....	2,70
Kiwi / Zespri.....	2,63
Lima.....	1,95
Limón.....	0,86
Mandarina Clementina / Fortuna / Nadorcott.....	1,39
Clemenules.....	1,25
Hortanique.....	1,05
Mango.....	1,86
Manzanas O.V. / Pink Lady.....	2,00
Starking / R. Chief / Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,26
Gloster / Galaxia.....	1,41
Reineta / Canadá Gris.....	2,10
Granny Smith.....	1,58
Royal Gala / Cardinale.....	1,31
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,51
Melón / Galia / Coca.....	1,39
Membrillo.....	1,40
Mora.....	15,10
Naranja Salustiana.....	0,60
Navel.....	0,45
Navel Late / Nanelate / Lanelate.....	0,73
Navelina.....	0,88
Nectarina.....	2,35
Níspero / Nipola.....	3,83
Nuez.....	3,68
Papaya.....	2,33
Pera Blanquilla o Agua.....	1,11
Ercolini / Etrusca.....	2,37
Conferencia / Decana.....	1,24
Passa Crassana.....	1,50
Piña.....	1,14
Plátano.....	1,14
Banana.....	0,87
Pomelo / Rubi Start.....	1,05
Sandía.....	1,50

Uva.....	2,81
Otros Frutos Secos.....	13,24
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	0,82
Ajo Seco.....	2,88
Tierno / Ajete.....	6,60
Alcachofa.....	1,42
Apio.....	1,07
Batata / Boniato.....	1,27
Berenjena.....	0,76
Brócoli / Brecol.....	1,20
Calabacín.....	0,75
Calabaza / Marrueco.....	0,81
Cebolla / Chalota.....	0,46
Cebolleta.....	0,99
Champiñón.....	1,94
Col Repollo.....	0,56
China.....	1,10
Lombarda.....	0,68
Coliflor / Romanescu.....	1,51
Endivia.....	2,20
Escarola.....	1,01
Espárrago Verde.....	3,94
Espinaca.....	0,97
Guisante.....	3,66
Haba Verde.....	2,08
Judía Verde Fina (Brasileña).....	3,44
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,09
Lechuga O.V.....	0,56
Cogollo.....	1,73
Iceberg.....	0,89
Nabo.....	0,81
Pepinos.....	1,03
Perejil.....	1,38
Pimiento Verde.....	1,31
Rojo (Asar).....	2,33
Puerro.....	1,52
Rábano / Rabanilla.....	1,87
Remolacha.....	1,40
Seta.....	3,57
Tagarmina / Cardillo.....	1,98
Tomate O.V.....	1,49
Cherry.....	2,17
Daniela.....	1,32
Zanahoria.....	0,58
Menestra.....	2,00
Hierbabuena.....	3,20
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana.....	0,56
Añeja.....	0,30

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 28 de marzo al 3 de abril de 2021, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	3,18
Aguacate Fuerte.....	3,14
Hass.....	3,62
Otras Variedades.....	5,29
Albaricoque Otras Variedades.....	3,89
Almendra.....	1,50
Avellana.....	4,25
Cacahuete.....	1,65
Carambola.....	2,95
Cereza Picota.....	11,68
Otras Variedades.....	6,95
Chirimoya Otras Variedades.....	2,55
Ciruela Otras Familia Black, Roja.....	3,14
Gondel Japan y Songold (Amarilla).....	3,76
Reina Claudia.....	2,20
Coco Otras Variedades.....	0,95
Dátil Deglet Nour.....	7,06
Fresón Otras Variedades.....	11,95
Granada Otras Variedades.....	2,30
Guayaba/o Otras Variedades.....	2,11
Higo Chumbo.....	2,95
Seco.....	3,45
Verdal.....	3,45
Caqui Otras Variedades.....	1,76
Rojo Brillante o Persimón.....	1,65
Kivi Kiwigold.....	6,66
Pulpa Verde.....	4,18
Limón Fino o Primafiori.....	0,83
Otras Variedades.....	0,82
Verna.....	0,85

MERCADOS NACIONALES

Litchi	0,95
Mandarina Clemenlate	1,46
Ortanique	1,21
Clemenule.....	1,17
Clemenvilla o Nova.....	1,19
Manga Kent	6,22
Mango Tommy Atkins	1,75
Manzanas Fuji.....	1,75
Golden	1,72
Granny Smith	1,45
Otras Variedades.....	1,65
Reineta.....	2,03
Royal Gala.....	1,59
Starking o Similares.....	1,60
Melocotón Meryll y Elegant Lady.....	3,58
Otras Variedades.....	4,95
Melón Piel de Sapo y Similares.....	1,49
Galia	2,14
Amarillo	1,38
Otras Variedades.....	1,90
Membrillo.....	2,05
Naranja Lane Late.....	1,00
Navel	0,95
Navel Late.....	0,99
Otras Variedades.....	0,96
Valencia Late.....	0,94
Navelina.....	0,90
Nectarina de Carne Blanca	3,71
Carne Amarilla	3,12
Níspero	3,30
Nuez	4,94
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,58
Papayón (2-3 kg/ud)	1,41
Pera Conferencia.....	1,09
Ercolini / Morettini.....	1,89
Otras Variedades.....	1,21
Agua o Blanquilla	1,44
Packam's.....	1,25
Piña Golden Sweet.....	3,64
Pistacho	9,25
Plátanos Canarias Primera.....	1,06
Canarias Segunda.....	0,89
Canarias Extra.....	1,22
Pomelo Amarillo.....	1,25
Rojo	0,99
Sandía con Semilla.....	1,13
Sin Semilla	1,06
Uva Blanca, Otras Variedades.....	2,66
Negra, Otras Variedades.....	3,15
Red Globe (roja).....	2,06
Frutas IV Gama	7,25
Resto de Frutas	0,95
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga de Hojas Rizadas Lyon.....	1,45
Ajo Blanco.....	3,15
Morado.....	3,07
Tierno o Ajete.....	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	0,84
Berros.....	1,37
Boniato o Batata	1,63
Brócoli, Brocoli o Brócoli	2,28
Calabacín Blanco	1,11
Verde	2,32
Calabaza de Invierno	0,89
De Verano	0,75
Cardo.....	1,25
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,90
Morada.....	1,05
Recas o Similares	1,43
Cebolletas o Cebolla Tierna.....	1,15
Col China o Pekinensis.....	0,95
De Bruselas	3,95
Lombarda o Repollo Rojo	1,06
Repollo Hojas Rizadas.....	0,39
Coliflor	1,65
Endivia	0,95
Escarolas Rizada o Frisée.....	0,99
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Roja	2,50
Verde	3,50
Guisante	2,95
Haba Verde o Habichuela.....	3,30
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby.....	2,20
Verde Elda.....	0,30
Verde Otras Variedades.....	3,60
Laurel.....	9,50
Lechuga Otras Variedades.....	0,45
Romana	0,45
Maíz o Millo.....	0,83
Nabo.....	0,95
Pepino Corto o Tipo Español	0,55
Largo o Tipo Holandés	0,84
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	1,25
Otras Variedades.....	1,23
Rojo Lamuyo.....	1,64

Verde Italiano.....	1,64
Verde Padrón	2,85
Puerro	1,54
Rábano y Rabanilla	0,15
Remolacha Común o Roja	0,97
Seta Champiñón	1,95
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry.....	2,18
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta.....	0,91
Liso Rojo Canario.....	1,25
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	1,03
Jengibre	2,65
Ñame o Yame	2,95
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,15
Hortalizas IV Gama	5,25
Hortalizas V Gama	7,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel) Euros/kg	
Blanca, Otras Variedades.....	0,78
Blanca Spunta.....	1,03
Otras Variedades.....	0,94
Roja, Otras Variedades.....	0,95

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 30 de marzo al 2 de abril de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Fresones.....	1,45
Limonas	60
Manzanas Golden.....	1,35
Starking	1,25
Roja	1,25
Naranja Navel	0,40
Peras Blanquilla.....	1,25
Passacrasana.....	1,45
Piñas	1,10
Plátanos.....	1,20
Pomelos	1,00
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofas	1,50
Cebollas Grano de Oro.....	0,45
Coliflor	4,75
Judías Verdes Perona.....	2,25
Lechugas.....	0,57
Patatas Calidad.....	0,28
Primor	0,55
Tomates Verdes.....	1,25
Zanahorias	0,50

Mercamurcia

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 29 de marzo de 2021. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A. Precio frecuente.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacate Fuerte.....	2,90
Hass	2,50
Otras Variedades.....	2,30
Chirimoya Fina de Jete	2,80
Otras Variedades.....	2,60
Ciruelas Golden Japan y Songold.....	2,70
Otras Familia Black, Roja.....	2,00
Coco en Seco (caja 10-14 p).....	0,80
Dátil Deglet Nour	3,70
Medjool	7,00
Otras Variedades.....	2,75
Frisalis Otras Variedades.....	5,75
Fresón Otras Variedades.....	1,80
Guayaba/o Cas	2,40
Higo Chumbo.....	4,50
Kiwi Pulpa Verde.....	2,80
Otras Variedades.....	1,70
Otras Variedades Nacional.....	1,90
Lima Mejicana (Ácida).....	2,80
Limón Fino o Primafiori.....	0,55
Verna	0,50
Mandarina Clemenules.....	1,15
Hernandina.....	1,15
Ortanique.....	1,50
Otras Variedades.....	1,50
Mango Haden	2,40
Tommy Atkins	2,20
Otras Variedades.....	1,40
Manzanas Golden.....	1,10
Starking o similares.....	1,25
Granny Smith	1,50
Royal Gala.....	1,25
Fuji.....	1,30
Pink Lady	1,80
Otras Variedades.....	1,70
Melón Piel de Sapo (y similares).....	1,50
Naranja Navelina.....	0,45
Navel Late.....	0,60
Lanelate.....	0,65
Nectarina Otras Variedades.....	2,70
Níspero Tanaka	3,75

Otras Variedades.....	2,50
Nuez	2,75
Papaya Otras Variedades.....	1,90
Solo o Sunrise	3,70
Pera Ercolini / Morettini.....	2,50
Agua o Blanquilla	1,10
Limonera.....	0,90
Conferencia.....	1,20
Piña Golden Sweet.....	1,30
Otras Variedades.....	0,95
Plátanos Canarias Extra.....	1,10
Canarias 1ª.....	0,95
Canarias 2ª.....	0,80
Americano o Banana	0,85
Macho	1,00
Pomelo Rojo.....	0,90
Otras Variedades.....	0,70
Uva Sin Semillas, Negra.....	3,00
Sin Semillas, Blanca.....	3,25
Tamarindo.....	3,70
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga Hojas Lisas, Verde.....	0,45
Ajo Blanco.....	3,15
Tierno o Ajete.....	2,40
Morado.....	4,25
Otras Variedades.....	2,30
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,40
Otras Variedades.....	1,10
Apio Verde	0,45
Amarillento	0,55
Berenjena Morada	1,20
Otras Variedades.....	1,15
Boniato o Batata.....	1,00
Brócoli/Brecol	1,00
Calabacín Verde	1,10
Blanco.....	0,80
Calabaza de Verano.....	0,55
De Invierno	1,25
Otras Variedades.....	0,70
Cardo.....	0,90
Cebolla Grano de Oro o Valenciana.....	0,38
Babosa.....	0,35
Morada.....	0,50
Blanca Dulce de Ebro.....	1,00
Tierna o Cebolleta.....	0,70
Chirivía.....	0,90
Col Repollo Hojas Rizadas.....	0,55
Lombarda o Repollo Rojo	0,50
De Bruselas.....	1,30
Coliflor	1,75
Endivia	2,00
Escarola Rizada o Frisée.....	1,00
Lisa	1,00
Espárrago Verde o Triguero.....	2,50
Espinaca.....	0,90
Guisante	5,00
Haba Verde o Habichuela.....	1,00
Judía Verde Fina	4,75
Boby.....	2,40
Perona.....	1,90
Lechuga Romana	0,45
Iceberg	0,60
Cogollo	0,80
Hoja de Roble	1,30
Lollo Rosso.....	1,30
Otras Variedades.....	0,30
Nabo.....	0,95
Pepino Corto o Español.....	1,70
Perejil	0,65
Pimiento Verde Italiano	2,25
Rojo Lamuyo.....	2,75
Verde Padrón	2,80
Puerro	0,80
Rábano y Rabanilla	1,40
Remolacha Común o Roja	0,55
Seta Champiñón	1,70
Girgola o Chopo	2,80
Tomate Liso Rojo Daniela/Long Life/	
Royesta.....	1,15
Liso Rojo Rama	1,40
Rojo Pera.....	1,50
Cherry	1,80
Verde Rambo.....	1,30
Liso Rojo Canario.....	1,10
Verde Mazarrón.....	1,30
Asurcado Verde Raf.....	4,00
Mumato	1,80
Muchamiel.....	1,70
Otras Variedades.....	1,15
Zanahoria o Carlota en Rama.....	0,55
Carlota Nantesa.....	0,45
Jengibre	2,60
Ñame o Yame	1,15
Otra o Quimbombó	3,50
Tamarillo Otras Variedades.....	4,50
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,20
Hortalizas IV Gama	3,40
PATATAS Euros/kg	
Nuevas	0,65
Blanca Spunta (Granel).....	0,45
Rojas Otras Variedades (Granel).....	0,50

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 22 al 28 de marzo de 2021. Precios origen. Semana 12/2021.

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

LIMÓN

Limón Fino todo limón: 0,15-0,18 €/Kg €€

Sin cambios en la parte final de la segunda parte de la campaña de **Fino**, con fruta de calidad con bajo aprovechamiento comercial, donde la prioridad pasa por limpiar el árbol y preparar la poda y resto de labores para la próxima campaña. El sector trabaja ya con la mirada en la campaña de verna a partir de abril de forma progresiva con fruta de mejor calidad y confiando con prudencia en un mejor escenario. El cierre temporal del Canal de Suez no tiene impacto directo en nuestro sector ya que las exportaciones de **limón a Medio Oriente** ya finalizaron. Por otra parte, **África del Sur** ya ha iniciado su campaña cítrica con una previsión total de exportación de 453.000 toneladas, un 2% más que en 2020, y ya ha iniciado sus envíos a **Rusia y Medio Oriente**. En el caso de **Argentina**, también han iniciado la recolección, y el acceso de su **limón a la UE** está pendiente de que la Comisión europea publica los requisitos fitosanitarios que deberán cumplir a partir del 1 de mayo. En este escenario complejo de oferta y demanda, sin duda es clave la diferenciación del **limón** español a través de la Campaña de Promoción de AILIMPO www.thelemonage.com que se financia con fondos europeos y la aportación del sector a través de la Extensión de Norma de 0,6 € por tonelada a pagar por productor y comercializador a través del mecanismo regulado por la Orden Ministerial 541/2020 de 15 de junio (BOE 20 de junio de 2020).

POMELO

La temporada de **pomelo mediterráneo** está llegando a su fin y la oferta total del mercado es cada vez más escasa. Los últimos lotes de **fruta turca** se están comercializando. Mientras tanto, la oferta israelí está disminuyendo, anunciando el fin de la campaña antes de finales de abril, al igual que la oferta española. Ante esta rápida disminución de la oferta, el mercado se tensiona en un contexto de demanda dinámica. En el mercado francés, los **pomelos de Córcega** evolucionan a buen ritmo, las ventas al por menor son fluidas y los precios se mantienen altos y firmes. En el mercado de los **pomelos tropicales**, los últimos lotes de **pomelos estadounidenses** están llegando a **Europa**. Sin embargo, a diferencia de los **pomelos mediterráneos**, la demanda no es muy activa y el ritmo de ventas sigue siendo lento.

Granel: Saco industrial Úbada o malla Rachel (s/cliente) de 15, 20 ó 25 kg. Envase retornable. Confeccionada: Lavada y embolsada en distintos formatos.

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 30 de marzo al 2 de abril de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacates.....	4,30
Fresones.....	1,45-1,55
Limonas	0,60-0,65
Manzanas Golden.....	1,30-1,35
Starking	1,30
Naranja Navel	0,45-0,50
Nísperos.....	2,80
Pera Blanquilla.....	1,25-1,20
Passacrasana.....	1,15
Piñas	1,20
Plátanos.....	1,00-1,05
Pomelos	1,00
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofas	1,55-1,45
Cebollas	0,40
Grano de Oro.....	0,40
Coliflor	1,45
Judías Verdes Perona	1,50
Lechugas.....	0,45-0,46
Patatas Calidad	0,45-0,40
Primor	0,64-0,59
Tomates Maduros	1,30-1,55
Verdes.....	1,50-1,60
Zanahorias	0,60

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 29 de marzo al 4 de abril de 2021, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacates Fuertes (local).....	2,80
Hass (local).....	3,50
Cocos (no local)	1,10
Fresones (no local)	2,30
(local).....	3,80
Limón Otros (local).....	1,00
Primofiori (no local).....	0,80
Mandarinas Clementinas (no local).....	1,20
Clemenule (no local)	1,40
Manzanas Golden (no local)	1,20
Reineta (no local).....	2,20
Granny Smith (no local).....	1,70
Royal Gala (no local).....	1,60
Fuji (no local).....	2,10

Otras (no local).....	2,10
Melones Piel de Sapo (local).....	1,50
Naranja Salustiana (no local).....	0,80
Zumo Pequeña (local).....	0,85
Extra Grande (local).....	1,20
Nísperos (local)	1,50
(no local).....	4,60
Peras Conference (no local).....	1,00
Ercoline (no local).....	1,60
Lima (local).....	1,60
Piña Tropical (local).....	3,70
Plátanos Extra (local).....	1,15
Primera (local)	0,80
Segunda (local)	0,60
Sandías (local).....	1,60
Uvas Red Globe (no local).....	2,50
Otras Blancas (no local)	2,20
Papaya Hawaiana (local).....	1,40
Cubana (local).....	1,00
Hibrida (local).....	1,20
Guayabos (local)	2,50
Kiwi (no local)	1,80
Kiwano (local)	1,70
Carambola (local).....	2,00
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelgas (local).....	0,90
Ajos (no local)	3,60
Pais (local).....	5,00
Albahaca (local)	7,50
Alcachofas (local).....	3,80
Apio (local).....	1,80
Berenjenas Moradas (local).....	0,60
Bubangos (local)	1,80
Calabacines (local)	0,30
Redondos (local)	0,80
Zucchini (local).....	0,70
Calabazas (local).....	1,00
Cebollas Cebolletas (local)	1,60
Blancas (no local).....	0,60
Blancas (local).....	0,80
Moradas (no local).....	1,00
Moradas (local)	2,00
Coles Repollo (local).....	0,30
Lombardas (local).....	0,80
Coliflor (local).....	1,70
Champiñón (no local).....	2,00
Escarolas (local).....	0,70
Espinacas (local).....	1,80
Habichuelas Redondas Bobby (local)	2,00
Coco Planas (local).....	1,50
Lechugas Batavia (local).....	0,80
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 (local).....	2,00

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 13-2021, del 23 al 29 de marzo de 2021, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>		
Mandarinas		
Orri	1,10	Castellón
Ortanique	0,27	Castellón
Naranjas		
Navel Lane Late	0,33-0,40	Alicante
Navel Lane Late	0,37	Castellón
Navel Lane Late	0,28-0,36	Valencia
Navel Lane Late	0,25-0,34	L. Valencia
Navel Powel	0,35-0,50	Alicante
Navel Powel	0,33-0,40	Castellón
Navel Powel	0,32-0,38	Valencia
Navel Powel	0,32-0,42	L. Valencia
Valencia Late	0,33-0,42	Alicante
Valencia Late	0,35-0,40	Castellón
Valencia Late	0,34-0,42	Valencia
Valencia Late	0,30-0,42	L. Valencia
LIMÓN		
Fino	0,12-0,20	Alicante
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,30-0,52	Alicante

Ajo Tierno	0,96-2,00	Alicante
Alcachofa		
Consumo Fresco	0,40-1,10	Alicante
Consumo Fresco	0,65-1,10	Castellón
Consumo Fresco	0,70-1,14	Valencia
Industria Corazones	0,30-0,75	Alicante
Industria Perolas	0,19-0,25	Alicante
Industria Troceado	0,20-0,33	Alicante
Industria Troceado	0,20-0,55	Castellón
Apio Verde	0,15-0,36	Alicante
	0,20-0,22	Castellón
Berenjena Rallada	0,52-0,95	Alicante
Boniato Blanco	0,47-0,51	Alicante
Rojo	0,42-0,44	Alicante
Calabacín	0,42	Alicante
Calabaza Redonda	0,77-0,85	Castellón
Tipo Cacahuete	0,13-0,31	Alicante
Cebolla Tierna (manejo)	0,40-0,60	Castellón
Tierna (manejo)	0,34-0,60	Alicante
Col China	0,50-0,55	Castellón
Lombarda	0,22-0,28	Castellón
Brócoli	0,70-1,34	Alicante
Brócoli Industria	0,10-0,12	Alicante

Repollo Hoja Lisa	0,10-0,22	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,30	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,29-0,35	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,14-0,25	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,28-0,33	Castellón
Coliflor Blanca	0,92-1,41	Alicante
Blanca	0,65-0,85	Castellón
Blanca	1,09-1,30	Valencia
Escarola Hoja Ancha Lisa	0,26	Alicante
Hoja Ancha Lisa	0,24-0,33	Castellón
Hoja Rizada	0,27-0,38	Alicante
Hoja Rizada	0,28-0,33	Castellón
Espinaca	0,70-0,90	Alicante
Haba Muchamiel	0,98-1,28	Castellón
Valenciana	0,82-1,29	Alicante
Lechuga Iceberg	0,37-1,00	Alicante
Maravilla	0,30-0,56	Castellón
Romana	0,19-0,25	Alicante
Romana	0,25-0,35	Castellón
Romana	0,22-0,29	Valencia
Trocadero	0,38-0,64	Castellón
Trocadero	0,46	Alicante
Little Gem	0,36-0,45	Alicante

Patata Blanca	0,33-0,65	Alicante
Pimiento		
California Amarillo	2,70	Alicante
California Rojo	2,60	Alicante
California Verde	1,00	Alicante
Tomate Acostillado	1,20-1,94	Alicante
Daniela	0,65-0,69	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	2,91-3,01	Alicante
Comuna	2,80-2,90	Castellón
Largueta	4,56-4,66	Alicante
Marcona	6,06-6,16	Alicante
Marcona	6,00-6,50	Castellón
Planeta	2,91-3,01	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada almacén. Cotización más frecuente)</i>		
ACEITE Oliva Lampante >2°	2,25-2,50	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	2,65-2,80	Castellón
Oliva Virgen Extra	2,90-3,00	Castellón
Garrafa Entera	0,70-0,87	Castellón

Colinabos (local)	1,80
Pepinos (local)	1,10
Perejil (local)	2,60
Pimientos Verdes (no local)	1,50
Verdes (local)	1,40
Rojos (local)	1,70
Padrón (local)	2,50
Padrón (no local)	2,30
Amarillos (local)	1,60
Puerros (local)	1,70
Rabanillas (local)	1,00
Rábanos (local)	1,12
Romero (local)	15,00
Rúcula (local)	4,80
Setas (no local)	5,00
(local)	7,50
Tomates Pera (local)	1,30
(no local)	1,30
Salsa (local)	0,50
Ensalada (local)	0,80
Ensalada (no local)	3,60
Cherry (local)	2,70
Cherry (no local)	3,50
Tamarillo (local)	1,80
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (no local)	0,60
Segunda (local)	0,70
Primera (local)	1,10
Batatas Otras (local)	1,40
Blancas (local)	1,10
Yema Huevo (local)	1,50
Pimientos Otras (local)	3,50
Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	6,00
Berros (local)	1,80
Arvejas (local)	4,50
Beterrada (local)	1,20
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	2,00
Maíz Cocido (no local)	2,20
Piña Mollo Dulce (local)	0,80
Ñames (local)	5,50
Yuca (no local)	1,80
Piña de Mollo (local)	2,40
Brecol (local)	3,00
Hierba Huerto (local)	4,50
PATATAS	Euros/kg
Patatas	
Otras Blancas (local)	0,90
Up to Date (local)	1,60
King Edward (local)	1,40
Cara (local)	1,10
Rosada (local)	1,80
Bonita (local)	4,80
Negra (local)	5,50
Spunta (local)	1,00
Negra Oro (local)	6,00
Slaney (local)	1,30
Red-Cara / Druid (local)	1,00
Colorada Baga (local)	4,80
Azucena (local)	1,50
Galáctica (local)	0,90
Rooster (local)	1,70

Roja	0,80
Naranja Navel	0,90
Nísperos	3,00
Pera Blanquilla	1,00-1,90
Piñas	1,00
Plátanos	0,90-1,15
Pomelos	0,80
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,00-0,70
Cebollas	0,28
Grano de Oro	0,28
Coliflor	0,90
Judías Verdes Perona	2,80
Lechugas	0,30
Patatas Calidad	0,36
Primor	0,50-0,55
Tomates Maduros	0,60
Verdes	1,25-1,50
Zanahorias	0,45

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 1 de abril de 2021, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.)	1,35
Coco	0,95
Kiwi	1,25
Limón	0,90
Manzana Royal Gala	0,80
Golden	0,75
Melón Galia	0,95
Membrillo	0,70
Pera	0,85
Conferencia	0,80
Piña	0,90
Plátano de Canarias	0,90
Papaya	1,55
Uva Blanca	1,45
Roseti	1,30
VERDURAS Y HORTALIZAS	Euros/kg
Boniato Rojo	0,90
Boniato	0,55
Calabacín	0,70
Calabaza	0,60
Guindilla	1,25
Jengibre	2,65
Judía	1,20
Espárrago	0,95
Patata	0,50
Nueva	0,59
Pimiento Verde Italiano	0,79
Padrón	2,35
Remolacha	0,47
Tomate Daniela	0,80
Pera	1,30
MM Raf	1,45
OTROS	Euros/kg
Almendra	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California	1,40

Generalitat Catalunya

Evolución semanal de precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas y hortalizas de la semana 12, del 22 al 28 de marzo de enero de 2021, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Tarragona	
Acelga	0,47
Alcachofa	0,54
Cebolla	0,16
Col	0,21
Coliflor	0,31

Lechuga Romana	0,15
Escarola	0,22
Espinaca	0,58
Puerro	0,86
Tomate	0,47
El Llobregat	
Apio	0,45
Acelga	0,30
Brócoli	1,30
Calçot	0,10
Alcachofa	1,50
Cebolla Tierna	0,50
Col	0,45
Coliflor	1,40
Lechuga Romana	0,50
Escarola	0,50
Espinaca	0,60
Habas	0,80
Zanahoria	0,50
Puerro	1,00
El Maresme	
Ajo Tierno (manejo)	0,65
Apio (unidad)	0,50
Acelga (manejo)	0,40
Calçot (unidad)	0,10
Alcachofa	1,40
Cebolla Tierna (manejo)	0,65
Col de Hoja Lisa (unidad)	0,40
Lechuga Romana (unidad)	0,45
Hoja Rizada (unidad)	0,45
Espinacas	0,45
Perejil (manejo)	0,35
Zanahoria (manejo)	0,55
Puerro	0,80
Rábano	0,45
Tomate Híbrido	0,70

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

El Maresme	
Ajo Tierno (manejo)	0,65
Apio (unidad)	0,50
Acelga (manejo)	0,40
Calçot (unidad)	0,10
Alcachofa	1,40
Cebolla Tierna (manejo)	0,65
Col de Hoja Lisa (unidad)	0,40
Lechuga Romana (unidad)	0,45
Hoja Rizada (unidad)	0,45
Espinacas	0,45
Perejil (manejo)	0,35
Zanahoria (manejo)	0,55
Puerro	0,80
Rábano	0,45
Tomate Híbrido	0,70

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

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 30 de marzo 2021. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	182,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	230,00
CENTENO	
Centeno	220,00
COLZA	
Importación 34/36%	322,00
GARROFA	
Pera	125,00
Troceada	135,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	235,00
GIRASOL	
Importación 34%	303,00
Semillas de Girasol	510,00
Torta de Girasol	310,00
MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación	300,00
Importación	245,00
Importación CE	250,00
MIJO	
Importación	410,00
SOJA	
Harina Soja Import. 47%	413,00
Harina Soja Nacional 47%	413,00
Aceite Crudo de Soja	1.080,00
Salvados de Soja	185,00
SORGO	
Importación	243,00

TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	200,00
Forrajero	248,00
Panificable, mín. 11	255,00
Triticales	238,00
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
ALMENDRAS	
Común 14 mm	4.950,00
Largueta 12/13 mm	5.550,00
Largueta 13/14 mm	5.850,00
Marcona 14/16 mm	9.450,00
Marcona 16 mm	9.650,00
AVELLANA	
Negreta en grano	6.650,00
PIÑÓN	
Castilla	67.500,00
Cataluña	67.000,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
GUISANTE	
Forrajero	292,00
Forrajero Importación	301,00
ACEITE	
Palmiste Importación	208,00
Crudo de Palma	988,00

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 25 de marzo de 2021. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa rama campo 1ª	159,00
Rama campo 2ª	122,00
AVENA	
Avena Blanca	160,00
Rubia	167,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada Pienso -62 kg/hl	177,00
Pienso +62 kg/hl	182,00
CENTENO	
Centeno	184,00
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	222,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo Duro Proté=13%	254,00
Duro Proté=12%	249,00
Extensible Chamorro	211,00
Forrajero	210,00
Gran Fuerza w 300	225,00
Media Fuerza w -300	214,00
Panificable	212,00
Triticales	198,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	214,00
Yero Grano	191,00

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa Cítricos de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 30 de marzo de 2021. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CÍTRICOS	Euros/Kg
Naranja Lane Late, calidad 1ª	0,29-0,34
Valenciana Midnight 1ª	0,38-0,42
Valenciana Barberina 1ª	0,38-0,42
Naranja Industria Grupo Blanca	0,15-0,16
<i>Nota: Los precios son orientativos, en árbol, origen Córdoba sin IVA incluido. Para la naranja de industria los precios son sobre camión.</i>	
Mercado con escasa actividad y demanda de fruta de calidad. Repetición de	

MERCADOS NACIONALES

Lonja de Binefar

Información de precios orientativos de los cereales, acordados como más representativos, referidos al 31 de marzo de 2021. Sobre camión con destino fábrica, posición Binefar.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz.....	243,00
Cebada 64 k/hl.....	219,00
Trigo Pienso.....	245,00
Panificable.....	256,00
ALFALFA	Euros/Tm
Rama 1ª - A.....	145,00-150,00
Rama 1ª - B.....	133,00-138,00
Rama 2ª.....	124,00-129,00
Rama 3ª.....	100,00-105,00
Precio medio s/camiión, salida fábrica de zona	

Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del 25 de marzo de 2021. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidor, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona.....	6,29
Largueta.....	4,97
Comuna.....	2,99
Ferragnes.....	3,74
Garrigues.....	3,92
Guara.....	3,11
Ramillite.....	3,90
Comuna Ecológica.....	7,90

Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 29 de marzo de 2021, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS GRANO	
Comuna Ecológica.....	7,50
Pelona.....	2,15
Común.....	2,75
Largueta.....	4,40
Mallorca.....	2,65
Marcona.....	5,85
Mollar.....	2,65
Mollar cáscara.....	0,75
Rofes cáscara.....	0,70
AVELLANAS	
San Giovanni, libra.....	1,65
Tonda, libra.....	1,75
Corriente, libra.....	1,70
Negreta, libra.....	1,90
PIÑÓN	
Andalucía.....	67,50
Castilla.....	67,50

Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 31 de marzo de 2021. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa Empacada.....	168,00
Avena.....	158,00
Cebada Nacional de 62 Kg/Hl.....	184,00
Centeno.....	173,00
Colza.....	300,00
Paja Empacada.....	31,00
Trigo Nacional, Pienso 72 Kg/Hl.....	210,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 23 de marzo de 2021. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 3.....	243,00
Grupo 4.....	240,00
Grupo 5, Pienso.....	240,00
Triticale	
Importación, orig. Puerto.....	234,00
Avena	
Importación, origen Puerto.....	206,00
Cebada,	
Igual y más de 64.....	202,00-204,00
Menos de 64.....	200,00-202,00
Imp. origen Puerto.....	206,00-208,00
Maíz	
Nacional.....	250,00
Importación, origen Puerto.....	245,00
Habas, Importación, origen Puerto.....	320,00
Guisantes	
Importación, orig. Puerto.....	300,00

Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 22 al 28 de marzo de 2021.

CEREALES

■ **De invierno:** Se desarrolla ya el espigado cada vez en más zonas de nuestra Comunidad, cuando la espiga esté completamente expresada en el extremo del tallo, se considerará finalizada esta etapa. A partir de ese momento y durante una o dos semanas se desarrollará la floración que puede ya observarse en algunas de las zonas cerealistas más adelantadas. **Almería:** En **Los Vélez**, la bajada brusca de las temperaturas en la primera parte de la semana, ha provocado algo de parada en su desarrollo y colores amarillentos en algunas parcelas. **Cádiz:** El estado fenológico más retrasado es el BBCH 20-29 (Ahijamiento), el predominante es BBCH 30-39 (Encañado), siendo BBCH 40-49 (Espigado) el más avanzado. En la zona de **Benalup** y **Medina Sidónea** se observan **trigos duros** que están finalizando el encañado, con sólo una cobertera aplicada de urea porque no se ha podido aplicar la segunda. Se prevé que se tenga que dar un tratamiento contra la roya en unas semanas. **Córdoba:** En general los **cereales** estaban teniendo un buen desarrollo, pero la ausencia de precipitaciones y las temperaturas medias altas durante el mes de marzo les están perjudicando. El estado fenológico dominante del **trigo duro** se encuentra en BBCH 37 (aparece hoja bandera enrollada), y los más adelantados en el estado BBCH 51, (comienzo del espigado), presentando por lo general un buen aspecto general y una alta densidad de tallos. **Granada:** Los cultivos de **cereal** más adelantados están iniciando la fase de espigado. **Huelva:** Se han completado ya las faenas de aplicación de abonado de cobertera con urea al 46% en una segunda pasada con dosis de unos 150 kg/Ha. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de los **cereales de invierno** es el de espigado, aunque todavía se pueden ver parcelas de siembra más atrasada en fase de encañado y otras más adelantadas que ya se encuentran en floración. ■ **De primavera:** **Granada:** En la zona de la **Vega** comienza la preparación del terreno para la siembra de **maíz Jaén:** En la comarca de **Sierra Morena** se ha iniciado la siembra del **maíz** con variedades de ciclo 700, con abonado de fondo 15-15-15 y unos 500 kg/ha. Después de la siembra se le aplica un herbicida de preemergencia.

LEGUMINOSAS

Cádiz: Los **garbanzos** en la provincia se sembraron a primeros de marzo y algunos se encuentran con las primeras hojas en crecimiento. El tipo más empleado es el **Pedrosillano**. **Córdoba:** **Habas** y **guisantes** se encuentran entre los estados de floración y cuaje mientras que los **garbanzos** están en fase de desarrollo de las primeras hojas. **Granada:** Las **vezas** se encuentran en la fase de desarrollo de hojas. La siembra de **garbanzos** está terminada. En las siembras para abonado en verde se inician las tareas de desbroce. **Huelva:** Finalizadas las siembras de **garbanzo** en la comarca **Condado Campiña**, la dosis de siembra ha sido de unos 100-110 kg/Ha. **Sevilla:** La mayoría de las parcelas de **habas** y **guisantes** presentan un aspecto excelente, con una elevada densidad y se encuentran en fase de fructificación. Se observa los estados de germinación y primeros estadios en las parcelas de **garbanzo**.

TUBÉRCULOS PARA CONSUMO HUMANO

Almería: En **Los Vélez**, comienza la siembra de la **patata** de media estación. **Córdoba:** Se observa un desarrollo acelerado de la **patata temprana**, que va cerrando las calles en la mayoría de las parcelas e iniciando la tuberización en las siembras más tempranas. Se le aplican riegos. La **patata** de media estación se encuentra en germinación y primeros estadios de desarrollo. **Sevilla:** Desarrollo acelerado de la **patata temprana**, que va cerrando las calles e iniciando la tuberización en las siembras más tempranas. En la **patata** de media estación se produce la germinación y primeros estadios del cultivo.

CULTIVOS INDUSTRIALES

Cádiz: El **girasol** ha finalizado las siembras en algunas zonas de la provincia. En la comarca de **La Janda** nos encontramos poca superficie dedicada al cultivo. Las primeras siembras fueron a primeros de mes y las últimas han sido estos días en las tierras más bajas por no poder entrar antes. La dosis de siembra es de unas 70-80.000 plantas/ha. La **remolacha azucarera** presenta un desarrollo muy dispar en la provincia. En la zona de **Benalup** y la comarca de **La Janda** se observan parcelas afectadas por encharcamientos que se han abonado a destiempo por no poder entrar en su fecha. Se ha aplicado recientemente el 2º tratamiento de herbicida donde el viento de Levante lo ha permitido. **Córdoba:** El estado fenológico que predomina en la **colza** es BBCH 61-69 "Floración". El cultivo presenta un buen crecimiento, muy beneficiado por las lluvias continuas y ligeras durante el invierno. **Sevilla:** En las parcelas de **remolacha azucarera** está comenzando el engorde de la raíz, el cultivo presenta buen aspecto y densidad. Se aplican riegos y escardas manuales. Las parcelas de **colza** presentan un buen aspecto y cobertura del terreno, su estado fenológico dominante es el de floración. Finalizada la campaña de siembra, se pueden apreciar las fases de germinación y primeros estadios del **girasol** con buena nascencia en la mayoría de las parcelas. Primeros estadios en las parcelas de **quinua** con buena nascencia en general.

CULTIVOS FORRAJEROS

Granada: Las plantaciones de **avena** muestran una altura en torno a 45 cm. La **alfalfa** inicia la salida de la parada invernal y se inician las nuevas plantaciones. Se aplican abonados de cobertera en las zonas de cultivo. **Málaga:** Los **yerros** se encuentran nacidos, en estado fenológico de desarrollo de hojas y una altura de unos 10cm. El ganado entrará en ellos en los meses de verano para aprovecharlos a diente.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** En los invernaderos de la zona de **Níjar**, las plantaciones de ciclo largo de **tomate** siguen en plena recolección. Las plantaciones de primavera van retrasadas, por las bajas temperaturas. Se recolectan tomates de los tipos **Kumato**, **Cherry**, **tomates Rosa** y **Corazón de Buey**. Quedan pocas plantaciones de **pimientos**, mantenidas en parte por el buen precio del producto. Se están arrancando las plantaciones de **berenjenas** para poner cultivos de primavera. Se están obteniendo buenas producciones de **pepinos**, con una calidad de frutos media causada por un exceso de carga en la planta. Se recolectan **calabacines** desde el 20 de enero, en la actualidad están produciendo unos 70 gramos por planta y día (500 kg/ha) con calibre 20-22. Se han blanqueado los invernaderos tras las lluvias. Se aplican abonados con sulfato potásico, calcio, potasa y materia orgánica. Continúan desarrollándose las plantaciones nuevas de **sandías** y **melones**. Comienza la introducción de colmenas para el cuaje, y se prevé la recolección a partir de la segunda semana de abril. Las diferencias de temperaturas entre el día y la noche han ocasionado, en algunas explotaciones, el rajado de frutos. En los invernaderos del **Poniente**, están finalizando las recolecciones de todos los tipos de **pimientos**. En las plantaciones de **tomate de primavera**, continúa el cuajado, engorde y maduración. Algunas plantaciones de ciclo largo comienzan a arrancarse y predomina el tipo **Pera**. Comienza la recolección en las plantaciones de **berenjenas de primavera**, a excepción de las plantaciones más tardías. Hay poco volumen de producción. Las plantaciones de **pepino de primavera** continúan su desarrollo y recolección. La mayoría de las plantaciones de **calabacines** están en plena producción, continuando con las labores de entutorado. Se mantienen los dobles techos como barrera para la mosca blanca, en algunos casos. Se están introduciendo colmenas en plantaciones tempranas de **melones** y **sandías**. La campaña de primavera de las **judías verdes** comenzó la semana pasada y llegará hasta el mes de mayo. La **judía** que predomina es la de vaina redonda de mata baja, tipo **Parker**. Este tipo de **judía** no precisa entutorado. Se le aplican abonados con sulfato potásico, nitrato de calcio y materia orgánica. Se realizan tratamientos contra pulgón. En los semilleros se va reduciendo el número de partidas de plántulas de **melón** y **sandía**, dado que la mayoría ya están trasplantadas al campo. **Cádiz:** Nos encontramos invernaderos de acelgas en la zona de **Conil** con plantaciones en recolección. La densidad de plantas 2 por m2. Sin problemas significativos de plagas ni enfermedades, la cosecha continúa a buen ritmo. Se observan invernaderos de **rábanos** en la zona de **Conil** con **rábanos** del tipo "**Torero**" en recolección. No está habiendo plagas reseñables. Hay alguna hierba "ortiguilla" que afecta al cultivo y hasta el momento se le han dado 2 riegos al cultivo. **Huelva:** El cultivo del **arándano** está un tanto agotado debido a la adversidad por los distintos estados climáticos que ha tenido que afrontar así como los tratamientos de los que ha sido objeto. Se recolectan entre otras las variedades **Ventura**, **Manila**, **Star**, **Malibú**. El pico más alto de producción está aún por llegar y se prevé para la semana 17 o 18. ■ **Al aire libre:** **Almería:** Continúa la recolección de **lechugas** en la comarca del **Bajo Almanzora**, mientras

se siguen plantando nuevas parcelas. En la comarca de **Los Vélez**, comienza la plantación de **lechugas** a pesar de las bajas temperaturas. **Cádiz:** La campaña del **espárrago** ha comenzado en la provincia con un retraso de 20 días debido a las temperaturas frías a lo largo del invierno y las lluvias persistentes. La producción está siendo bastante inferior que otras campañas. Para que emerja el turión, el **espárrago** debe tener una temperatura de suelo como mínimo de 12°C para activarse si hace 30°C de día. Si el suelo no calienta lo suficiente no produce. Por fertirrigación se le aplican abonados como el 12-8-5 en fondo y dosis de unos 500 kg/ha terminando con abonados más ricos en potasa en las últimas fases del cultivo. **Córdoba:** **Ajos** y **cebollas** se encuentran entre fase de desarrollo de bulbo para las variedades tempranas y de desarrollo de hojas para las tardías. **Granada:** En la comarca de **Zafaraya** se está desarrollando la plantación de **alcachofa**, **coliflor**, **lechuga** y **guisantes**. También se procede a la recolección de **coliflor** y **repollo**. En **la Vega** se está realizando la plantación de **cebollino**, aunque con una disminución de superficie más que significativa, además da comienzo la plantación de **tomate** en pequeña superficie. Se observa dificultad en la conformación de la **col**. En **la Vega** las plantaciones de **alcachofa** se encuentran a mitad de ciclo vegetativo, la bajada de temperatura ha paralizado su desarrollo. Se realizan labores de escarda y abonado. La recolección de los **espárragos** ha comenzado en el conjunto de la provincia. Las bajas temperaturas unidas a las heladas generalizadas de esta semana ha paralizado la producción. Todo ello en un momento de máximo consumo como es la Semana Santa. El **ajo** mantiene un desarrollo vigoroso, especialmente el chino y se procede a los tratamientos foliares, abonado y riegos. **Huelva:** La recolección del **espárrago** en la provincia comenzó a primeros de marzo. Se observan parcelas en la comarca de **Sierra Mágina** que se están recolectando. La campaña ha arrancado bien, con un adelanto de unos 15 días y durará hasta el 15-20 de mayo dependiendo de las altas temperaturas. **Sevilla:** Continúa la recolección de **brócolis**, **lechugas**, **alcachofas** y el **espárrago verde**. Germinación y primeras hojas del **maíz dulce**. Prosigue la campaña de plantación y acolchado de las **sandías** y **melones** tempranos. Continúa la campaña de plantación del **tomate de industria**. Inicio de la recolección en la **zanahoria**.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Almería:** En el **Campo de Tabernas**, las variedades de **almendros** tardías han acabado la floración. Se ven frutos con tamaño casi definitivo en las variedades de floración temprana. Se inicia la segunda caída de frutos y empezamos a ver hojas y brotes en tamaño casi definitivo. En el **Alto Almanzora**, se observan muchos estados fenológicos en los **almendros** dependiendo de variedades: en las de floración extratemprana (**Desmayo**) y tempranas (**Marcona**) encontramos fruto joven, y en las de floración tardía (**Guara**, **Ferragnés**, **Vayro**, etc) se observa ya el fruto cuajado. Se han apreciado heladas en las zonas más altas de la comarca. En **Los Vélez**, se produjeron bajas temperaturas del 19 al 22 de marzo. El viernes día 19 llovió y cogió esta bajada de temperaturas mojado a los **almendros** que se encontraban en floración, provocando daños en las flores, siendo las variedades más afectadas **Comuna**, **Desmayo** y **Marcona**. En las tardías hubo menos daños. La mayor parte de los daños se produjo en las faldas de las ramblas; en los altos se produjeron menos daños porque corre más viento. **Granada:** Continúa la poda de **pistacheros**. En las comarcas de **Baza** y **Huésca** las heladas del pasado fin de semana, concretamente durante las madrugadas del 20 y 21 de marzo, han originado pérdidas importantes para la próxima cosecha. Los precios de la **almendra** siguen estables. ■ **Frutales de hueso y pepita:** **Huelva:** En los **melocotones** y **nectarinas**, el estado medio de cultivo oscila entre la fase "engorde de fruto" de variedades extratempranas de **nectarina** hasta la fase de "cuaje" en el resto de variedades tempranas o de media estación. Se observan parcelas de **nectarinas** de la variedad **Zinca** con fruta engordando, llegando al 50% de su desarrollo. **Jaén:** El estado fenológico más retrasado en los **cerezos** es el A (Yema de invierno), el que predomina es A-1 (Iniciando el hinchado) y el más avanzado C (Primeras hojas desplegadas). El cultivo comienza a mover yemas en las zonas más altas y se ve como el ápice foliar y las primeras hojas van apareciendo en las zonas más bajas. La floración se espera en la zona de **Torres** para dentro de una semana o 10 días y para el 15 de abril en el resto de las parcelas. De momento, no se están aplicando tratamientos y se desbroza el terreno manualmente para eliminar malas hierbas y limpiar las parcelas. La variedad **Burlat** es de las mayoritarias en la zona, dónde observamos parcelas que se encuentran con un marco 8x7m y plantadas a "5 de oro". **Málaga:** Los **cerezos** en la provincia presentan un estado adelantado y con las flores comenzando a abrir. Se colocan toldos para proteger la floración en algunas parcelas. Se están desbrozando de malas hierbas, muchas están en no laboreo. A pesar de ciertos días con temperaturas bajas no está afectando a la floración porque hay pocas abiertas y la mayoría están por abrirse. **Sevilla:** En las parcelas de melocotones y nectarinas tempranas se practican labores de aclareo de la fruta. ■ **Frutales subtropicales:** **Granada:** La recolección de **aguacate** de la variedad **Hass** se encuentra a punto de finalizar. Se prevé un incremento de plantación de **aguacate** debido a la estabilidad de precio de las últimas campañas. **Málaga:** Está finalizando la campaña de los **aguacates** quedando por recolectar las variedades **Hass** y **Lamb Hass** sobre todo. Los rendimientos están saliendo del orden de 8-10.000 kg/ha y los calibres han sido buenos 12-14 y 16-18. Se le está aplicando un abonado rico en boro y sulfato potásico que ayude en el cuaje de la fruta. Los más precoces ya se encuentran en floración.

CÍTRICOS

Almería: Se observa una parada estos días en el desarrollo vegetativo y colores amarillentos en algunas parcelas por la bajada brusca de las temperaturas. **Málaga:** Debido a la climatología actual y las altas temperaturas la floración de **naranjos** y **mandarinos** está toda fuera y lleva un adelanto de un mes. El árbol ha sufrido bajas temperaturas y todavía vendrán temperaturas bajas que puede ser que afecte a las flores en un momento tan delicado del ciclo del cultivo. Se le están aportando abonados ricos en fósforo, calcio y potasa. La campaña del **limón Primofiori** está finalizando mal, hay mucho destrio y poca demanda. El **Verna** se encuentra en fase de engorde y maduración los más adelantados y en 3-4 semanas comenzará la recolección. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de los **cítricos** es el de floración, se pueden ver las corolas de las flores abiertas. Se cosechan naranjas **Salustianas**, **Lane Lates** y **Navelates** con buenos calibres.

OLIVAR

Córdoba: Durante esta semana se ha iniciado el movimiento de las yemas de flor, observándose las primeras inflorescencias. Continúan las labores de control de malas hierbas, así como el abonado y los tratamientos con cobre. En las zonas más tardías de las **Subbéticas** continúa la recolección. **Jaén:** En la provincia, el cultivo comienza a mover yemas según zonas. Las lluvias han sido muy beneficiosas para el árbol y se ve que los **olivos** vienen con fuerza de cara a los próximos estados. Entre los meses de febrero y marzo se han ido aplicando tratamientos foliares con fungicidas tipo oxidoruro 70%, abonados foliares y aminoácidos. En el goteo se le aplican complejos ternarios del tipo 20-20-20, con dosis de unos 3 kg/pie. Una buena parte de las explotaciones se encuentran podando y quemando los restos de poda. Se aplican herbicidas en algunas parcelas para el control de malas hierbas sobre todo en zonas dónde la orografía del terreno no permite labores. **Málaga:** En la comarca de la **Axarquía** con variedades como **Verdiales** y **Hojiblanco**, **olivos** centenarios, han dado producciones de unos 1.500-1.700 kg/ha. Los rendimientos grasos han llegado al 18%. En las fincas debido a la orografía no se suele tratar, tampoco hay laboreo y como abonado sólo se le aporta estiércol. **Sevilla:** Se generaliza el movimiento de las yemas de flor en el **olivar** y ya se pueden ver las inflorescencias en la mayoría de las parcelas. Se da por finalizada la campaña de poda del **olivar de verdeo**, se van rematando las podas y destrucción de los restos en los **olivares de almazara**.

VIÑEDOS

Cádiz: El cultivo comienza a moverse después del invierno y las parcelas más adelantadas observadas esta semana se encontraban en el estado fenológico E (2-3 hojas expandidas). Hay otras con las yemas en punta verde y abriendo yemas así como las más tardías que se encuentran en el hinchado de yemas. **Córdoba:** El estado fenológico más retrasado es el A (Parada vegetativa) y el predominante es el B (Yema hinchada). Se aplica abonado en fondo con 12-7-15 y dosis de 350 kg/ha. La poda está finalizada al 90% eliminando sarmientos con pre podadora que trocea los restos y los incorpora al terreno. En los **viñedos** en espaldera se están arreglando alambres y postes doblados por el paso de tractores y cosechadoras.

MERCADOS NACIONALES

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. La próxima sesión se celebrará el 6 de abril de 2021.

Anexo de Trigos Duros afectados con GMF (Germinados, Maculados y Fusariados). Anexo de comisión de precios del 23 de marzo de 2021.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO (GMF=15)	
Grupo 1.....	279,00
Grupo 2.....	278,00
Grupo 3.....	277,00
Grupo 4.....	273,00
TRIGO DURO (GMF=20)	
Grupo 1.....	277,00
Grupo 2.....	276,00
Grupo 3.....	275,00
Grupo 4.....	271,00
TRIGO DURO (GMF=25)	
Grupo 1.....	275,00
Grupo 2.....	274,00
Grupo 3.....	273,00
Grupo 4.....	269,00

Precios en origen almacén con capacidad de carga y báscula. Próxima sesión el 6 de abril de 2021.

Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 29 de marzo de 2021, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando.....	219,00
Cebada P.E. (+64).....	192,00
Avena.....	183,00
Centeno.....	176,00
Triticale.....	200,00
Maíz (14°).....	231,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Garbanzo Pedrosillano.....	560,00
Lenteja Armaña (IGP).....	960,00
FORRAJES	Euros/Tm
Paja Paquete Grande.....	39,00

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 26 de marzo de 2021. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FE-GA (Campaña 2020-2021).

CEREALES	Euros/Tm
Maíz (Secadero).....	228,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	188,00
Pienso -62 kg/Hl.....	182,00
AVENA	
Rubia.....	171,00
Pienso.....	165,00
TRIGO	
Pienso +72 Kg/Hl.....	212,00
Fuerza +300w +14 pr.....	244,00
Fuerza -300 +12,5 pr.....	232,00
Panificable Pr>11, W<200.....	222,00
Chamorro.....	236,00
Triticale.....	197,00
Yeros.....	202,00
Garbanzo sin limpiar.....	351,00

NOTA: Mismas sensaciones que en las se-

manas precedentes. Pocas operaciones en el mercado y volatilidad en las cotizaciones de las operaciones internacionales. Subidas generalizadas en todos los cereales. Próxima sesión el viernes 9 de abril.

Lonja de Valencia

Información de los precios de la Mesa de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 29 de marzo de 2021. Campaña 2020-2021.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	Sin existencias
Navel.....	Sin existencias
Navel Lane Late,	
casi sin existencias.....	0,282-0,376
Navel Powell, Barnfield y Chislett,	
en árbol.....	0,353-0,470
SUBGRUPO SANGRE	
Sanguinelli.....	Sin existencias
SUBGRUPO BLANCAS	
Salustiana.....	Sin existencias
Barberina y Mid-night	
en árbol.....	0,376-0,564
Valencia Late,	
pocas operac.....	0,329-0,470

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 1 de abril de 2021.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva, disponible Valencia.....	370,00-380,00
J. Sendra, disp. Valencia.....	370,00-380,00
Monsianell, disp. Valencia.....	370,00-380,00
Fonsa, disp. Valencia.....	370,00-380,00
Gladío y Tahibonnet, disp. Valencia.....	320,00
Sirio, disp. Valencia.....	320,00
Bomba, disp. Valencia.....	690,00
Precios según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado,	
disponible Valencia.....	620,00-630,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disponible Valencia.....	660,00-680,00
Guadamar Extra,	
disponible Valencia.....	690,00-710,00
Largo Índica,	
disponible Valencia.....	630,00-650,00
Precios por tonelada a granel.	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia.....	190,00-195,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia.....	350,00-360,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia.....	380,00-390,00
CEREALES-LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Maíz Importación,	
disponible Puerto Valencia.....	250,00
disponible Puerto Valencia.....	250,00
Avena Rubia,	
dest. Valencia.....	194,00
Guisantes,	
desponible Puerto Tarragona.....	296,00
Semilla Algodón,	
destino Valencia.....	303,00-305,00
Precios por tonelada a granel.	
TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona.....	428,00

Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona.....	438,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona.....	182,00
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia.....	120,00
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida.....	175,00-180,00
14% prot., Aragón/Lérida.....	155,00-160,00
B. Balas s/calidad A./Lér.....	170,00-195,00
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Andalucía.....	260,00-261,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona.....	317,00-318,00
Palmiste, disp. Valencia.....	222,00-223,00
Gluten Feed, disp. Valencia.....	208,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia.....	250,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona.....	230,00-231,00
Import. disp. Andalucía.....	229,00-230,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia.....	202,00-204,00
Hojas, destino Valencia.....	255,00
Precios por tonelada a granel.	
GARROFAS Y DERIVADOS	Euros/Tm
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia.....	Sine existencias
Zona Alicante.....	Sin existencias
Zona Castellón.....	600,00-700,00
Zona Tarragona.....	600,00-700,00
Zona Murcia.....	350,00-500,00
Zona Ibiza.....	600,00-700,00
Zona Mallorca.....	850,00-1.150,00
Precios tonelada a granel s/rendimientos	
Troceada Integral, disp. orig.....	140,00-150,00
Troceada sin Harina	
disponible origen.....	150,00-165,00
Troceado Fino, disp. origen.....	130,00-140,00
Garrofin, disp. origen.....	8.500,00-9.000,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
Disponible origen	
ALUBIAS	
Redonda Manteca.....	2.100,00
Pintas Granberry.....	1.700,00
Michigan.....	1.500,00
Canellini Argentina 170/100.....	1.400,00
Blackeyes.....	1.550,00
Negras.....	1.500,00
Garrofin.....	2.100,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46.....	1.500,00
Nuevos 34/36.....	1.900,00
Nuevos 50/52	
(tipo café americano).....	1.500,00
LENTEJAS	
USA Regulares.....	1.100,00
Laird Canadá.....	1.000,00
Stone.....	850,00
Pardina Americana.....	1.000,00
Precios por tonelada, mercancía envasada.	
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11, disponible origen.....	2.000,00
Chino 11/13, disponible origen.....	1.950,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Origen Argentina 38/42	
disponible Valencia.....	1.750,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia.....	8.800,00
Largueta 13/14 mm, Valencia.....	7.500,00

PATATAS	Euros/Tm
Agria Nueva,	
disponible Valencia.....	320,00
Lavada, origen España, disp. Val.....	350,00
Lavada, origen Francia, disp. Val.....	340,00
Francesa Elodie o similares,	
disponible Valencia.....	240,00
Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.	
CEBOLLAS	Euros/Tm
Variedad Grano, disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo.....	260,00-300,00

Lonja de Zamora

Información de los precios agrarios de la Mesa de Cereales del 30 de marzo de 2021 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando.....	213,00
Cebada.....	187,00
Maíz.....	233,00
Paja Empacada.....	22,50

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, percibidos por el agricultor, del 22 al 28 de marzo de 2021, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euros/Tn
Trigo Media Fuerza.....	21,23
Pienso.....	20,63
Cebada Malta.....	18,83
Pienso.....	17,93
Triticale.....	19,28

En respuesta a las lluvias caídas, los abonados aplicados y a una meteorología con temperaturas en ascenso y con mayor duración de las horas de luz, los cereales experimentaron durante la semana pasada un apreciable avance. En general, y salvo excepciones muy puntuales, el cultivo muestra un estado excelente, que se ve rubricado además por la inexistencia de focos de enfermedades criptogámicas de importancia, una circunstancia que contrasta con la difícil situación que se vivía el año pasado en estas fechas. En definitiva, el cultivo, a la espera de la llegada de más lluvias que le permitan finalizar su ciclo con éxito, sigue desarrollándose de manera óptima y acelerada, recuperando parte del retraso que arrastraba como consecuencia de un otoño e invierno de precipitaciones inferiores a lo esperado.

PATATAS	Euros/100 Kg
Consumo fresco contrato.....	14,00
Industria frito con conservación.....	20,00
Aún queda patata con destino a fábrica, pero respecto a la de consumo se dan por terminadas las existencias esta semana, concluyendo con ello una campaña muy positiva en cuanto a precios, aunque ensombrecida por el descenso de la superficie cultivada y de los rendimientos.	
CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón,	

Granel (Pie Cortado).....	2,20
Bandeja (Pie Cortado).....	2,40
Industria 1ª Raíz.....	0,81
Industria 2ª Pie Cortado.....	0,78
Seta Ostra, Granel.....	2,05
Ostra Bandeja.....	2,60
Seta Shii-Take, Granel.....	4,00
HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla (Invernadero).....	0,55
Acelga Verde (Invernadero).....	0,50
Borrajá con Hoja (Invernadero).....	0,75
Lechuga Rizada (doc. Invernadero).....	2,20
Cogollos (doc.).....	2,50
Repollo Hoja Rizada.....	0,18
Coliflor (doc.).....	16,00
Romanescu (doc).....	12,00
Alcachofa fresca (doc).....	1,15
La llegada de la primavera ha traído consigo el aumento de las temperaturas máximas, favoreciendo el desarrollo de hortalizas de temporada como la alcachofa, que ve aumentada la producción esta semana, y el espárrago, cuyos primeros turiones han comenzado a cortarse estos días. Por su parte, las hortalizas de invierno, y especialmente la coliflor, encuentran ahora una producción escasa después de los excesos térmicos del invierno, generando una situación de escasez que está haciendo elevar rápidamente los precios. También incrementa su valor la lechuga que, tras un largo periodo de bajos precios y nula rentabilidad de casi cinco meses, ha sido alcanzado a algunos agricultores de la idea de emprender un nuevo ciclo, adelantando el saneamiento de los túneles para los cultivos de primavera y dejando ahora una oferta más limitada.	
FRUTAS	Euros/Kg
PERA	
Blanquilla DOP.....	0,55
Blanquilla 58+.....	0,53
Conferencia DOP palot (*).....	0,59
Conferencia palot (*).....	0,55
MANZANAS	
Golden 70+.....	0,55
Fuji 70+.....	0,70
(*) Los precios percibidos por el agricultor en palot son precios de cosecha.	
Después de que los frutales hayan estado mostrando un comportamiento fenológico adelantado a sus fechas, la concurrencia de heladas de las últimas semanas, precedidas en algunos casos de temperaturas diurnas cálidas, en el momento de máxima sensibilidad al frío, pueden provocar una reducción del número de frutos viables por árbol, especialmente en el extremo este de la región, donde, a modo de ejemplo, durante el día 24 se registraron mínimas de -2,5 °C en la estación del SIAR de Alfaro y un contraste térmico de 22,5 °C. Mientras tanto, en el mercado, los almacenistas de fruta de pepita han mantenido sus posiciones fijas, amparados por la escasez de género disponible.	
ALMENDRAS CÁSCARA	Euros/Kg
Común.....	0,53
Largueta.....	1,01
Marcona.....	1,28
Floración Tardía.....	1,14
Ecológica.....	1,80

LEGISLACIÓN

MAPA fija el presupuesto máximo para el régimen simplificado de pequeños agricultores para 2020

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) difundió el martes 30 de marzo de 2021 el límite máximo presupuestario para la campaña 2020 del régimen simplificado para pequeños agricultores.

La Orden APA/299/2021 que dicho día publicaba el Boletín Oficial del Estado (BOE) fija para el régimen de pago bási-

co un límite presupuestario de 45.172.578 euros, a los que hay que añadir otros 23.356.451 euros para el pago para prácticas agrícolas beneficiosas para el clima y el medio ambiente.

La normativa incluye 6.079 euros en concepto de pago de suplemento para los jóvenes agricultores y el pago específico al cultivo del algodón por

4.976 euros. El MAPA también detalla los límites presupuestarios de las ayudas asociadas voluntarias.

En este apartado, entre las que se encuentran la de vaca nodriza para la región peninsular (1.093.481 euros); frutos de cáscara y algarrobas para la región peninsular (791.390 euros) y cultivos proteicos:

oleaginosas (112.688 euros). Con menor cuantía, figuran las destinadas a frutos de cáscara y algarrobas en la región insular (95.673 euros); cultivos proteicos: proteaginosas y leguminosas (62.075 euros); terneros cebados en la misma explotación de nacimiento en España peninsular (58.960 euros); arroz (49.194 euros) y ovi-

no en la península (44.795 euros). También quedó publicada la ayuda asociada voluntaria para vacuno de leche peninsular (32.267 euros); Ovino en la región insular (21.397 euros); Vacuno de leche en la región insular más las zonas de montaña (11.535 euros); Caprino en la España peninsular (6.593 euros) y Caprino, en la región insular más las zonas de montaña (6.208 euros).

El listado la cierran las destinadas a terneros cebados procedentes de otra explotación en la España peninsular (4.659 euros); tomate para industria (1.797 euros); legumbres (1.693 euros); remolacha azucarera en zona de producción de siembra primaveral (605 euros) y las de vaca nodriza en la región insular (205 euros).



El secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural ha visitado la sede central de Villena. / AA

Atlántica Agrícola y la Conselleria de Agricultura estudian colaborar para desarrollar el sector agrario

El secretario autonómico de Agricultura visitó la central de Atlántica Agrícola para afianzar la relación con el sector de agronutrientes y bioestimulantes

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Roger Llanes, secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana, visitó la sede central de Atlántica Agrícola en Villena, una de las compañías de nutrición vegetal más consolidadas en el ámbito internacional. El objetivo de la visita ha sido afianzar la relación de la institución con el sector de agronutrientes y bioestimulantes y definir posibles vías de colaboración. Según Antonio Montilla, socio fundador y copresidente de Atlántica Agrícola, "recibir esta visita configura un hito importante en estos momentos en los que en Atlántica seguimos creciendo e innovando, siempre aunados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 así como con otras estrategias angulares europeas como son 'De la Granja a la Mesa' y 'Biodiversidad de la UE en 2030', cuyos fines son garantizar alimentos saludables, combatir el cambio climático, proteger el medio ambiente, preservar la biodiversidad y crear una economía justa en la cadena alimentaria. Como especialistas en nutrición

vegetal, estamos contribuyendo a esta gran transición conjunta que se está dando, y consideramos que podemos tener aún más efecto si, en algunas áreas, lo hacemos de la mano de agentes relevantes para la agricultura y la sociedad, como lo es esta Conselleria".

Por su parte, Roger Llanes comentó que "todos sabemos de la importancia crucial que tienen la ciencia y la investigación en las sociedades avanzadas y el ámbito de la agricultura no es ajeno en absoluto a esa necesidad de apostar por la innovación en todas sus varian-

tes. Dentro de este contexto, los trabajos que están llevando a cabo empresas punteras como Atlántica Agrícola en materia de agronutrientes y bioestimulantes para las plantas resultan fundamentales en términos de competitividad para el sector agroalimentario y, por eso mis-



Roger Llanes en su visita a la firma Atlántica Agrícola. / AA

Atlántica Agrícola es una empresa que se mantiene independiente y en la que trabajan más de 1.000 personas

mo, desde la Conselleria queremos trasladar nuestra predisposición a colaborar en todos aquellos proyectos que redunden en beneficio del colectivo agrario".

En la visita también estuvieron presentes Antonio Quintana, director general de Agricultura, Ganadería y Pesca, y Pepe Carbonell, secretario técnico del Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Levante (COIAL).

■ NUEVA ERA

La nueva era de la agricultura ya está aquí y las empresas de agronutrientes y bioestimulantes empiezan a emerger en la escena con fuerza como un sector de alto impacto no solo en la transición hacia una agricultura más sostenible, productiva y eficiente sino como eje atractor de talento y como catapultadores de conocimiento y soluciones desde su alta capacidad de innovación y exportación.

Compañías como Atlántica Agrícola elevan el nivel general del tejido empresarial de la Comunidad Valenciana y en concreto el de este sector. Es un hecho reconocido por todos y especialmente por el COIAL (Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Levante) que, bajo su papel esencial aglutinador, coordina estos encuentros con la Conselleria de Agricultura, cuya vocación de servir y comprender a las empresas y la sociedad es clara.

Atlántica Agrícola es una de las pocas empresas que se mantienen independientes en el mundo, en un contexto de creciente concentración del sector, cuya tendencia se articula en compras, fusiones y adquisiciones que dan paso a grandes holdings.

Presente en 64 países y creciendo, su red entrelazada de empleados, filiales y distribuidores constituye una gran familia global de más de 1.000 personas que trabajan por crear una agricultura sana, sostenible y a su vez competitiva, que pueda llevar salud y bienestar a las personas a través de la oferta de soluciones eficaces y sostenibles para agricultores de todo el mundo.

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

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

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

EMPRESA:

DE ACTIVIDAD: DNI/NIF:

CON DOMICILIO EN: CP:

CALLE: NÚMERO: TEL.:

E-MAIL:

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

BANCO/CAJA: IBAN Nº

Firma

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



Protasio Rodríguez, director desde 2018 de Bayer Crop Science Iberia, cuenta con más de 30 años de experiencia en la industria de semillas y protección de cultivos. / BAYER

“La división Agricultura ha cerrado con una facturación en ventas de 239 millones de euros durante 2020”

mos que hacen que la capacidad de los agricultores para producir alimentos sea más volátil y menos predecible.

Nuestra contribución a este gran desafío es la innovación ligada a la sostenibilidad, poniendo la sostenibilidad en el centro de nuestras actividades, sobre todo en nuestras actividades de I+D, para crear soluciones que proporcionen más valor a los agricultores, que satisfagan sus necesidades, pero teniendo muy en cuenta los requisitos y las exigencias de la sociedad.

Nuestro enfoque es combinar semillas mejoradas con innovación en protección de cultivos, sea en productos de síntesis como en productos biológicos, con soluciones, servicios y tecnologías digitales, que permitan al agricultor tomar mejor las decisiones clave. Estas propuestas, adaptadas de forma individual a cada agricultor, son una contribución importante que hacemos al éxito del agricultor y también al reto de garantizar una mayor sostenibilidad de la actividad agrícola.

VF. *El segundo eje es la sostenibilidad, que ha comentado que estará en el centro de todas las actividades de la compañía. ¿Cómo se traduce esta apuesta en hechos concretos?*

PR. La sostenibilidad en Bayer es un compromiso muy claro. Un compromiso que pivota sobre nuestro afán de continuar innovando. Nos hemos comprometido a reducir en un 30% la emisión de gases de efecto invernadero de aquí al 2030. Por ejemplo, en la planta de Quart de Poblet —que este año celebra su 50^a aniversario—, hemos progresado de forma destacada en este sentido durante el 2020 reduciendo las emisiones en un 12%.

Así mismo, estamos incentivando a los agricultores testando modelos y sistemas agronómicos que permitan secuestrar el carbono a través de la agricultura, reduciendo de esta forma los efectos de los gases invernadero.

Nos hemos comprometido también a reducir en un 30% el impacto de la línea de protección de cultivos. Para ello, estamos trabajando sobre tres ejes: el primero sería la transformación digital, donde tenemos herramientas concretas que ponemos en manos de los agricultores para que su actuación a la hora de aplicación de los tratamientos sea más precisa. Aquí destacaría Nematool®, una sonda que permite al agricultor desde un teléfono móvil anticipar cuándo va a tener un ataque de nematodos en su explotación y por lo tanto actuar de una forma precisa y en tiempo. Otras de las herramientas digitales a destacar sería FieldView. Se trata de una plataforma digital, líder en agricultura, a la que están suscritas más de 60 millones de hectáreas a nivel global, donde tenemos más de 1.300 agricultores en España, que representan en torno a 220.000 hectáreas. Mediante esta plataforma, los productores pueden controlar el desarrollo de sus campos, entender mejor las

“Innovación, sostenibilidad y transformación digital son los tres ejes de Bayer”

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Bayer hizo una apuesta fuerte por la división ‘Agricultura’ con la adquisición de Monsanto en 2019. A día de hoy es una compañía líder tanto en semillas como en protección de cultivos, en productos biológicos o en herramientas digitales para el sector agrícola. Bayer Crop Science representa una parte importante en el conjunto de las ventas de la compañía, es por ello que una parte de los recursos dedicados a I+D se destinan precisamente a crear mejores soluciones para el agricultor. Protasio Rodríguez, director general de Bayer Crop Science en Iberia explica a *Valencia Fruits* cuáles son las líneas estratégicas de esta división y las soluciones, servicios y herramientas que ofrece al sector hortofrutícola en concreto.

Valencia Fruits. *¿Cómo ha vivido Bayer Crop Science el ejercicio 2020?*

Protasio Rodríguez. El año 2020 ha sido realmente especial para Bayer Crop Science por diferentes motivos. Uno de ellos es que hemos trabajado, por primera vez desde la adquisición de Monsanto, como un solo equipo operando como una sola organización con una oferta combinada hacia los agricultores. Esto ha permitido obtener unos resultados económicos muy robustos. La división Agricultura ha cerrado con una facturación en ventas de 239 millones de euros, con una contribución importante de todas nuestras líneas de negocio —herbicidas, fungicidas, insecticidas y semillas—. Hemos aumentado ventas en todas las categorías de manera significativa, alcanzado un crecimiento del 6%, un porcentaje por encima de la media del sector.

También ha sido un año especial en el sentido de que estamos muy orgullosos de haber contribuido como compañía a que

la cadena alimentaria se haya mostrado resiliente en un año de crisis sanitaria dramática y que esta crisis sanitaria no se haya traducido en una crisis alimentaria. Esto pone de relieve que tanto el área de la salud como el área de la agricultura son claves en Bayer:

VF. *Innovación, sostenibilidad y transformación digital son los tres ejes en los que se basa la estrategia de Bayer Crop Science. ¿Cuál son las actuaciones en I+D en las que se está trabajando actualmente?*

PR. La innovación es una parte esencial de lo que hacemos. Es en esta área donde construimos soluciones que traen valor al agricultor para que pueda seguir desarrollando con éxito su actividad.

Estamos orgullosos de tener en España dos importantes centros de I+D, en los que hemos invertido más de 16 millones de euros. Nuestro centro de I+D en Brenes (Sevilla) desarrolla formulaciones y proyectos que no solo se dirigen al mercado

“Hemos aumentado ventas en todas las categorías de una manera significativa, alcanzado un crecimiento del 6%, un porcentaje por encima de la media del sector”

“Estamos muy orgullosos de haber contribuido como compañía a que la cadena alimentaria se haya mostrado resiliente en un año de crisis sanitaria dramática y que esta crisis sanitaria no se haya traducido en una crisis alimentaria”

español sino que tienen impacto a escala global. Y nuestros centros de I+D de Murcia y Almería, trabajan en adaptar variedades mejoradas en cultivos hortícolas principalmente para el mercado español pero que también tienen su mercado a nivel global.

La innovación es la respuesta que desde Bayer damos al gran reto y desafío que tiene el planeta: ¿cómo continuar alimentando a una población creciente con una dieta suficiente, nutritiva,

saludable, diversa y sin agotar los recursos del planeta? En un contexto en el cual la previsión es que la población crezca un 30% en las próximas tres décadas, que implicará un incremento en la demanda de alimentos por encima del 50%; donde los recursos son limitados, al no haber más tierra cultivable disponible y el agua es un recurso cada vez más escaso. Todo ello con el reto que supone el cambio climático, con fenómenos cada vez más extre-

particularidades de cada parte de su parcela y ajustar los tratamientos, los programas de fertilización, de riego, incluso la dosis de siembra. Toda esta información y conocimiento optimiza la producción al maximizar los rendimientos y reducir los costes.

Otro punto importante en la apuesta por la sostenibilidad es la introducción de productos biológicos. Son productos que tienen una menor huella ambiental. Son muy respetuosos con la fauna auxiliar y favorecen la reducción del nivel de residuos en la producción agrícola. Aquí habría que destacar toda la gama de Biológicos de Pura Cepa, con productos como Sonata®, Serenade® y Flipper®, línea que presentamos en 2019 y que desde su introducción ha despertado un gran interés entre los agricultores, y son aptos tanto para producción ecológica como para producción integrada. Otro de los productos a señalar es Vynyty Citrus®, lanzado el pasado mes de febrero. Se trata de una combinación de feromonas que permite dar una respuesta a plagas importantes en el cultivo cítrico, tan importante en la Comunitat Valenciana, y especialmente a una de las plagas que más preocupa ahora como es el cotonet de Sudáfrica.

Y el tercer pilar de nuestro compromiso con la sostenibilidad es la relación directa con los agricultores y avanzar de forma alineada en programas y sistemas agronómicos más sostenibles. En este punto, me gustaría poner de relieve nuestro programa Food Chain Partnership, introducido hace más de diez años en España y que actualmente cuenta con más de 90 explotaciones en las que trabajamos conjuntamente con los agricultores para desarrollar programas de protección de cultivos que combatan eficazmente las plagas y enfermedades y al mismo tiempo satisfagan las demandas, cada vez más exigentes, de las cadenas de distribución.

Como primicia, avanzar que ya está en marcha el ilusionante proyecto del lanzamiento de la Bayer Forward Farm. Es una finca modelo, una plataforma de conocimiento que inauguraremos durante esta primavera en Sevilla, colaborando con un agricultor local. Es una finca que formará parte de la red global presente en 12 países. El propósito de estas fincas modelo es mostrar las innovaciones, las nuevas tecnologías, las nuevas herramientas a disposición de los agricultores para producir de una forma cada vez más sostenible. Todo ello estableciendo un diálogo con los propios agricultores pero también utilizando esta plataforma para establecer este diálogo con otros interlocutores importantes.

VF. *Son muchas las actuaciones que la compañía tiene en marcha, pero ¿cuál es la implementación real de las soluciones y servicios Bayer en la agricultura española. Y ¿realmente el sector agrícola español apuesta, por ejemplo, por la transformación digital teniendo en cuenta el envejecimiento agrario en España?*

PR. Si algo caracteriza al agricultor es que es tremendamente pragmático, independientemente de la edad que tenga. Evidentemente, dependiendo de la formación o experiencia que tenga cada agricultor hará que esté más o menos abierto a



Protasio Rodríguez durante la celebración del 50º aniversario de la planta de Bayer en Quart de Poblet (Valencia). / BAYER

“Ofrecemos soluciones que proporcionen más valor a los agricultores, que satisfagan sus necesidades, pero teniendo muy en cuenta los requisitos y las exigencias de la sociedad”

“La sostenibilidad en Bayer Crop Science es un compromiso muy claro, que pivota sobre nuestro afán de continuar innovando”

“Ya está en marcha el lanzamiento de la Bayer Forward Farm, una finca modelo que inauguraremos esta primavera en Sevilla, colaborando con un agricultor local”

“Vynyty Citrus® es una nueva solución biológica que actúa sobre cotonet de Sudáfrica, una de las plagas que más preocupa a los citricultores nacionales”

las herramientas digitales, pero ese pragmatismo siempre está. Por lo tanto, nuestro enfoque consiste en demostrar el valor de nuestras soluciones, mantenernos cerca trabajando sobre el terreno, exponiendo la valía de las soluciones integradas, que combinan productos fitosanitarios, productos biológicos, herramientas digitales..., de una manera muy práctica y sobre el territorio poniendo mucho énfasis en demostrar el resultado en el propio campo.

Es cierto que estamos hablando de innovación y tecnologías que pueden verse como disruptivas, pero si observamos otros sectores, independientemente del perfil de las personas, se han incorporado rápidamente. Hoy en día, todos tenemos un Smartphone y los móviles han encontrado su lugar también en la agricultura por el valor que tienen. Creemos que este es el camino.

VF. *Hablando de productos concretos, recientemente se lanzó Vynyty Citrus®, la propuesta de Bayer para combatir el cotonet de*

Sudáfrica. ¿Cómo actúa este activo en la lucha de esta plaga que tantos problemas está causando a los citricultores?

PR. Vynyty Citrus® se lanzó en el mes de febrero y es un producto que tiene su origen en una colaboración con la empresa valenciana Ecología y Protección Agraria (EPA). Se trata de una nueva solución biológica que actúa sobre tres especies: piojo rojo de California (*Aonidiella aurantii*), el cotonet de los cítricos (*Planococcus citri*) y el cotonet de Sudáfrica (*Deltoctococcus aberiae*), que como bien has indicado, es una de las plagas invasivas que más alarma está generando en los cítricos valencianos por su rápida expansión y las deformaciones que causa en los frutos.

En cuanto a su funcionamiento, las feromonas permiten un efectivo control de las plagas al interferir en sus comportamientos de apareamiento, evitando así su reproducción. Este nuevo dispositivo se basa en un sistema de “atracción y muerte”, es decir,

combina el efecto de atracción de la hembra emulando la emisión de sus feromonas sexuales con la eficacia insecticida de la piretrina natural, para ocasionar la muerte del macho y evitar la reproducción de la especie. Con ello conseguimos controlar y reducir paulatinamente las poblaciones de estas especies con una solución más sostenible, que no genera resistencias ni residuos en la cosecha ni en el medio ambiente y, además, actúa los 365 días del año. Además de su efectividad para combatir la plaga del cotonet de Sudáfrica, Vynyty Citrus® también es efectivo para frenar y reducir el impacto del piojo rojo de California y del cotonet de los cítricos (*Planococcus citri*) tanto en producción integrada como ecológica, ya que, al presentar una alta especificidad, preserva el equilibrio biológico de los cultivos y respeta la fauna auxiliar local.

VF. *En referencia a la oferta de semillas, ¿qué evolución y peso representa la oferta de Bayer en el sector hortofrutícola?*

PR. Con la adquisición de Monsanto por parte de Bayer, a partir de 2019 se incorporó a la compañía toda la división de cultivos hortícolas de semillas que se comercializan bajo las marcas de Seminis y De Ruiter, que son el eje fundamental del área hortícola de Bayer. Tal como he comentado al inicio de la entrevista, el año 2020 ha sido importante para nosotros ya que se ha conseguido, tras la adquisición, operar como un solo equipo, una sola organización con una oferta combinada, y conseguir posiciones de liderazgo en cultivos como tomate, pimiento o pepino.

Claramente, la línea de semillas es uno de puntos fuertes dentro de la división Agricultura de la compañía, que seguiremos desarrollando en futuro en torno a los ejes de nuestra estrategia: innovación, sostenibilidad y herramientas digitales.

VF. *El liderazgo de la compañía en hortalizas es evidente, pero ¿y su peso en la fruticultura?*

PR. España es uno de los principales productores de fruta a nivel mundial y para Bayer es un sector trascendente al ser una compañía líder en la protección de cultivos.

Tenemos soluciones dirigidas a cultivos específicos además de una gama completa de insecticidas, fungicidas y herbicidas que contribuyen mejorar el manejo de las plantaciones frutícolas no solo desde el punto de vista de eficacia sino también desde un punto de vista de la sostenibilidad, ayudando así al productor a ofrecer al mercado productos con menor nivel de residuos y respetuosos con la fauna auxiliar.

VF. *¿Cómo desarrolla Bayer sus soluciones de protección de cultivos siguiendo las directrices de la UE — que cada vez más restrictivas en el uso de activos fitosanitarios — y garantizando al mismo su eficacia real en el campo?*

PR. En este punto, el desarrollo de nuevas soluciones se asienta sobre tres ejes de actuación. El primero de ellos es trabajar junto con los agricultores y los técnicos de las fincas, tal como lo hacemos mediante el programa Food Chain Partnership, para desarrollar programas de tratamientos que permitan un control eficaz de las plagas y enfermedades, y al mismo tiempo manejar los residuos de forma compatible con las exigencias de las cadenas de distribución.

El segundo eje de actuación es la investigación y promoción de soluciones biológicas que tienen aplicación en diferentes áreas. Tienen su aplicación en la agricultura ecológica para productores que solo se centran en ese modelo productivo, pero también pueden ser una herramienta importante en sistemas integrados de manejo de plagas, donde hay una solución química que puede alcanzar una mayor eficacia si la complementas con la solución biológica.

El tercer eje sería toda el área digital que a día de hoy gira en torno a las herramientas antes mencionadas como Nematool®, FieldView, Resiyou, herramientas que permiten al agricultor ser más eficiente en lo que hace y de acuerdo a las exigencias normativas europeas.

Como Bayer, queremos ser parte del debate centrando nuestro discurso en el impacto ambiental de las soluciones y no tanto en la reducción de cantidades de ciertos productos. Es ahí donde creemos que debemos estar, al lado del agricultor y al lado de la sociedad.

VF. *Después de todo lo expuesto, es evidente que Bayer seguirá apostando fuerte por su división Agricultura en el futuro...*

PR. Claramente sí. Bayer hizo una apuesta muy importante por la división Agricultura con la adquisición de Monsanto en 2019. A día de hoy somos una compañía líder tanto en semillas como en protección de cultivos, en productos biológicos como en herramientas digitales para la agricultura. Tenemos un peso importante en el conjunto de las ventas de Bayer, y una parte de los recursos dedicados a I+D van precisamente a crear mejores soluciones para el agricultor. Por lo tanto, vamos a continuar desarrollando nuestra actividad y el peso de esta división de cara al futuro.



CUIDAMOS TUS CÍTRICOS

Nuestras soluciones:

 **FRUITGARD**®
Protección segura

FRUITGARD-70(T)

TIABENDAZOL + IMAZALIL

FRUITGARD-80-AL

FOSETIL AL

FRUITGARD-OPP

ORTOFENILFENOL

BRIOZIL

ORTOFENILFENOL + IMAZALIL

FRUITGARD-IS-7,5

IMAZALIL

FRUITGARD-I-50

IMAZALIL

PHILABUSTER™ by Janssen PMP

IMAZALIL + PIRIMETANIL

PENBOTEC™ by Janssen PMP

PIRIMETANIL



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

Italia

Información elaborada por Nerea Rodriguez



valencia fruits
dossier

La exportación hortofrutícola italiana cierra el ejercicio 2020 con un crecimiento del 5,8%

Aumenta el valor de las ventas exteriores, pero descienden ligeramente en volumen, un -2,8% (3,5 millones de toneladas), según confirma Fruitimprese

El comercio exterior de frutas y hortalizas italianas en 2020, respecto al ejercicio 2019, confirmó una tendencia de crecimiento destacada en valor en los datos trimestrales: un 5,8% más que en 2019, lo que equivale a casi 264 millones de euros más en términos interanuales. Crece el valor de la exportación hortofrutícola pero desciende ligeramente en volumen, un -2,8% (3,5 millones de toneladas). El valor total de las exportaciones supera los 4.800 millones de euros, mientras que el valor de las importaciones se mantiene en unos 4.200 millones. Así pues, el saldo comercial positivo en términos interanuales se eleva a casi 664 millones de euros, un 90,4% más, según ha confirmado la asociación italiana Fruitimprese, basándose en los datos del Istat.

El dato de los doce meses de 2020 muestra un "enfriamiento" de las importaciones en cantidad (-2,5%) y también en valor (-1,2%), si bien las cantidades importadas (3,6 millones de toneladas) vuelven a superar a las exportadas (3,5 millones de toneladas).

En el año de la pandemia, se han recuperado las exportaciones de cítricos (+7,8% en valor), frutas frescas (+7%) y hortalizas (+1,4%). Los cítricos son también los protagonistas de las importaciones (+20,4% en valor; +6,1% en cantidad), mientras que se ha producido un fuerte descenso de las importaciones de hortalizas (-13,1% en valor). Entre los principales productos exportados, destacan las manzanas, con un valor superior a 833 millones (+13,4%), seguidas de las uvas de mesa, que han registrado



Marco Salvi dice que el Plan de Recuperación del Gobierno de Mario Draghi es una oportunidad que no hay que desaprovechar, pero recuerda que el sector necesita un enfoque pragmático y no ideológico. / FRUITIMPRESE

cifras récord tanto en cantidad (+7,25%) como en valor (+9,95%). El kiwi por su parte, en un año difícil, cierra el ejercicio 2020 con una caída del 10,15% en cantidad pero con aumento del 5,31% en valor. Se confirma la debacle del grupo melocotones/nectarinas, cuya producción se ha visto diezmada y su exportación se ha desplomado en cantidad (-51,15%) y valor (-18,9%). Año difícil también para las peras que pierden un 13% en cantidad y un 10,32% en valor.

Marco Salvi, presidente de la asociación Fruitimprese, analizando los resultados de 2020, va-

lora la dinámica positiva de los precios de los productos exportados que han permitido al sector hortofrutícola italiano compensar las pérdidas cuantitativas de un año que ha visto segadas sus producciones por las condiciones climáticas adversas que han afectado fuertemente a toda la fruta de verano pero también a los kiwis y las peras. No obstante, Salvi apunta que en exportación "se han perdido más de 100.000 toneladas de producto", y aunque

En el año de la COVID, se han recuperado las exportaciones de cítricos (+7,8% en valor), frutas frescas (+7%) y hortalizas (+1,4%)

en 2020 se ha confirmado un fuerte salto en el saldo positivo, que roza los 664 millones, "esta cifra está lejos de los mil millones de 2017", pero sigue marcando una fuerte recuperación desde los 348 millones de 2019, y en opinión del presidente de Fruitimprese "es un buen augurio para los próximos años si volvemos a producir cuantitativamente en la norma".

En cuanto a las importaciones, Salvi señala que "importamos 100.000 toneladas menos de productos (sobre todo frutas y hortalizas frescas) con un ahorro de 50 millones de euros, aunque las cantidades importadas han vuelto a superar a las exportadas".

En opinión de Marco Salvi, el Plan de Recuperación del nuevo gobierno de Mario Draghi y del Ministerio de Políticas Agrícolas con Stefano Patuanelli como nuevo ministro, "puede y debe ser una gran oportunidad también para nuestro sector". Tal como explica el presidente Fruitimprese, "estamos trabajando con el nuevo Gobierno y el nuevo ministro para aportar propuestas y soluciones que mejoren la logística del sector tanto en el ambi-

to nacional como para mejorar la eficiencia de los puertos por los que pasa el flujo de nuestros productos hacia los mercados exteriores. El reto de la digitalización debe ser también una oportunidad para que nuestras empresas sean más competitivas y se acerquen a las necesidades de los mercados internacionales. En este sentido, debemos invertir en la innovación varietal y en envases cada vez más ecológicos para dar contenido al reto de la sostenibilidad planteado por el Green Deal".

"Nuestras empresas —continúa Salvi— están preparadas para asumir el reto de la sostenibilidad y de la estrategia Farm2Fork. Durante muchos años han estado a la vanguardia en la reducción del uso de productos químicos, fuimos los primeros en aplicar las técnicas de gestión integrada de plagas para minimizar el uso de pesticidas. Sin embargo, necesitamos un enfoque científico, pragmático y no ideológico del problema. No debemos poner en peligro la competitividad de las empresas privándolas de las herramientas de defensa que necesitan para proteger sus cultivos sin ofrecer soluciones alternativas. Tenemos que invertir en investigación e innovación y apoyar a las empresas en este camino".

La importancia de la innovación varietal queda demostrada por la tendencia positiva de productos líderes como las manzanas, las uvas de mesa y los kiwis. "Las manzanas, gracias a la introducción de variedades club, mantienen el liderazgo de la exportación, las uvas, gracias a las nuevas variedades sin pepitas crecen en cantidad (7,25%) y se acercan al 10% como mayor valor (más de 720 millones de euros de exportación). El kiwi, que ha pagado un año difícil (-10% en cantidad), muestra un importante crecimiento en valor (+5,31%, más de 460 millones de euros) gracias a las nuevas variedades amarillas que también impulsan los precios de la variedad verde. Ejemplos claros que demuestran que estamos en el buen camino", concluye Salvi.

PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN-IMPORTACIÓN AÑOS 2019-2020

PRODUCTO	FLUJO	TONELADAS			MILES DE EUROS		
		2019	2020	DIFF.%	2019	2020	DIFF.%
MANZANAS	EXPORT	904.999	902.592	-0,27	734.608	833.591	13,47
UVA DE MESA	EXPORT	419.817	450.269	7,25	655.331	720.504	9,95
KIWI	EXPORT	304.147	273.288	-10,15	437.517	460.729	5,31
MELOC / NECTA.	EXPORT	157.889	77.136	-51,15	133.961	108.594	-18,94
NARANJAS	EXPORT	104.184	105.704	1,46	100.583	108.068	7,44
PERAS	EXPORT	104.103	90.569	-13,00	131.929	118.308	-10,32
LIMONES	EXPORT	48.330	48.260	-0,14	67.047	81.973	22,26
BANANAS	IMPORT	731.047	781.844	6,95	447.218	447.848	0,14
PIÑAS	IMPORT	159.845	136.112	-14,85	118.725	89.831	-24,34

Elaborado por Fruitimprese. Fuente Istat

EXPORTACIONES HORTOFRUTÍCOLAS ITALIANAS AÑOS 2019-2020

	VOLUMEN (TONELADAS)			VALOR (MILES DE EUROS)		
	2019	2020	Var%	2019	2020	var%
EXPORTACIONES						
Legumbres y hortalizas	924.193	907.347	-1,8	1.372.857	1.391.887	1,4
Cítricos	221.995	214.246	-3,5	226.497	244.154	7,8
Frutas	2.317.600	2.238.582	-3,4	2.404.768	2.572.709	7,0
Frutos secos	76.474	76.297	-0,2	500.213	555.612	11,1
Frutas tropicales	102.119	104.236	2,1	86.062	90.630	5,3
TOTAL EXPORT	3.642.381	3.540.708	-2,8	4.590.397	4.854.992	5,8
IMPORTACIONES						
Legumbres y hortalizas	1.375.845	1.261.175	-8,3	1.016.071	882.997	-13,1
Cítricos	437.940	464.584	6,1	348.641	419.857	20,4
Frutas	629.349	584.931	-7,1	762.785	809.508	6,1
Frutos secos	280.314	278.493	-0,6	1.383.079	1.358.534	-1,8
Frutas tropicales	977.841	1.018.239	4,1	731.210	720.177	-1,5
TOTAL IMPORT	3.701.289	3.607.422	-2,5	4.241.786	4.191.073	-1,2
SALDO	-58.908	-66.714	-13,3	348.611	663.919	90,4

Elaborado por Fruitimprese a partir de los datos del Istat



Fruitimprese reúne a más de 300 empresas hortofrutícolas italianas, desempeñando un papel fundamental en la promoción del desarrollo de las empresas dedicadas a las actividades de exportación-importación. / ARCHIVO



That's fruit folks!

IMPORT EXPORT INGROSSO **ORTOFRUTTICOLO**

Boffetti Marino Srl
via A. Volta 8/10 - 24011 Almè (BG)
T. +39 035 54 54 55 - F +39 035 54 56 88

boffettimarino.com

boffetti
ENJOY FRUIT

La subida de los precios agrícolas en 2020 marca un récord histórico en Italia

Como consecuencia de la COVID-19, en el último balance elaborado por Ettore Pradini, presidente de la principal organización agraria de Italia, Coldiretti, para los contratos a futuros al cierre anual de Chicago (CBOT), se observa un cierre del año 2020 con un aumento en las cotizaciones internacionales de los principales productos agrícolas. En lo que respecta a la economía global, durante el año de la pandemia, el trigo ha tenido un aumento del 14,6%, el maíz de un 24,8% y la soja de un 37,2%. “Esto hace aumentar las cotizaciones de los productos necesarios para garantizar los alimentos a la población, en un escenario de reducción de los intercambios comerciales, acaparamiento, especulación e incertidumbre a causa de los efectos climáticos”, destaca Pradini. “Los efectos de la pandemia se trasladan de los mercados financieros a los metales preciosos y a las producciones agrícolas, cuya disponibilidad se ha vuelto estratégica, vista la incertidumbre, respecto a los efectos de la nueva ola de contagios, a pesar de la llegada de la

La emergencia de la COVID provoca un aumento en las cotizaciones de los principales productos agrícolas desde el maíz, la soja y el trigo, hasta el zumo de naranja concentrado

vacuna”. Según la última información de los contratos a futuros para el mercado del zumo de naranja concentrado (FCOJ), también se ha producido un aumento en la cotización de dicho producto. Esto es debido a la necesidad, por parte de los consumidores, de buscar alimentos más sanos y nutritivos, como consecuencia de los estragos de la pandemia, sobre la salud.

“La evolución de los precios afecta directamente a Italia”, afirma Coldiretti. Italia se sitúa como uno de los países con déficit en materias primas y necesita la elaboración de un plan que mejore la producción y el almacenamiento de los productos básicos, de manera que pueda recuperar su competitividad de cara al exterior y así evitar la necesidad de importar materias primas como ocurre con la soja que, siendo Italia el primer productor europeo de soja, con alrededor del 50% de la soja cultivada, se ve obligado a importar del extranjero. El representante de los productores señala que es importante intervenir en Italia para defender la soberanía alimentaria, reducir la dependencia de la oferta exterior y crear nuevos puestos de trabajo. Para ello insiste en aprovechar las campañas de digitalización de áreas rurales, la recuperación de terrenos abandonados, el fomento de bosques urbanos para mitigar la contaminación en las ciudades, la química verde y la bioenergía como aplicaciones que contrarresten el cambio climático. “Tenemos que partir de nuestras fortalezas e Italia es el primero en Europa en calidad y seguridad alimentaria, donde es posible intervenir para reducir a la mitad la dependencia alimentaria del extranjero”.



VOG siempre ha situado la sostenibilidad en el centro de sus esfuerzos con la gestión integrada de plagas o la certificación ecológica. / VOG

WALTER PARDATSCHER / Director general de VOG

“Marlene® es la marca más popular en el mundo hortofrutícola español, sinónimo de sabor y bienestar”

El objetivo de VOG es ofrecer al consumidor la manzana adecuada en el momento adecuado. A lo largo de los años siempre ha demostrado ser un socio muy fiable para clientes y ha sabido adaptarse a los gustos de los consumidores. Su director general, Walter Pardatscher afirma que esta es la máxima del consorcio de Terlano y la razón del desarrollo de áreas como la producción ecológica y las variedades club. Todo ello cuidando al máximo el maravilloso entorno de Los Alpes, que aportan a las manzanas Marlene® ese sabor característico y a los experimentados y apasionados productores, que sin su saber hacer y dedicación, VOG no habría llegado a ser una de las empresas de referencia en el sector de la manzana.

Valencia Fruits. En el año del 25º aniversario de Marlene, ¿qué podemos decir del desarrollo de la temporada 2020-2021 de VOG tanto en producción como en ventas?

Walter Pardatscher. El Consorcio VOG ha llegado al mercado esta temporada con una cosecha de 510.000 toneladas, un volumen ligeramente inferior al del año pasado, que supone una contracción del 3%. Se trata de una cosecha acorde con la demanda actual, dentro de una situación de mercado libre de los stocks de la temporada anterior y que, por tanto, se ha beneficiado de una tendencia de tranquilidad sustancial. A lo largo de los años siempre hemos demostrado ser un socio muy fiable para nuestros clientes y también esta temporada la confianza que están depositando en nosotros demuestra el excelente trabajo realizado hasta ahora.

En cuanto a la salida de producto, todo va según lo previsto: las Galas están en la recta final, mientras que en Golden y Red Delicious tenemos cantidades que nos permitirán llegar hasta el verano.

VF. Tras un año de la irrupción de la COVID-19, ¿cómo ha afectado esta pandemia al mercado de la manzana?

WP. Tras el turbulento periodo del primer confinamiento de 2020, que provocó picos repentinos de demanda, la situación se ha estabilizado y la venta de manzanas ha continuado sin sobresaltos. La manzana es la fruta sana por antonomasia, sabrosa y perfectamente adaptada a las necesidades actuales, cada



Walter Pardatscher, director general de VOG. / VOG

vez más centradas en la seguridad y el bienestar. Además, tiene una excelente vida útil natural, característica que la convierte en un producto demandado por los consumidores durante todo el año.

VF. El nuevo “statu quo” que ha generado esta crisis sanitaria ¿ha provocado un cambio en la preferencia de los consumidores por las manzanas?

WP. La demanda de manzanas se ha mantenido constante hasta ahora y no ha variado significativamente. Esto se debe al hecho de que el consumo de manzanas es principalmente doméstico y, además, las manzanas se consideran el snack más saludable. Hemos notado un cambio en el aspecto del envasado: tanto durante el primer periodo de confinamiento en 2020, como después, la demanda

de manzanas envasadas ha aumentado en comparación con las manzanas a granel. Por último, cabe destacar que el interés por parte de los consumidores por nuevas variedades, como las que presentan un mayor aroma y una textura crujiente y jugosa que equilibran dulzor y acidez, sigue siendo alta y creciente.

VF. Uno de los datos importantes para VOG en la campaña 2020-2021 es la mayor disponibilidad de volumen de manzanas ecológicas. ¿Cuál es el volumen actual en el área bio? ¿Y cuáles son sus previsiones de crecimiento a corto y medio plazo?

WP. El ecológico es un sector en el que creemos desde hace tiempo y en el que nuestras inversiones aumentan cada año. BioSüdtirol es la cooperativa miembro del consorcio VOG

que se ocupa exclusivamente de las manzanas ecológicas. Actualmente contamos con 800 hectáreas dedicadas a este cultivo y la producción ha pasado de 28.000 toneladas en la pasada campaña a 37.500 este año, lo que nos permite tener una disponibilidad de manzanas ecológicas durante todo el año. Seguiremos invirtiendo en ecológico, buscando también nuevas variedades, como hicimos con Natyra, Inored Story® y Bonita y más recientemente con Giga®, RedPop® y Cosmic Crisp®, que caracterizarán nuestra oferta, también en ecológico, en la segunda parte de la temporada.

VF. ¿Cómo está reaccionando España a la oferta de Bio Marlene®?

WP. El crecimiento del interés por los productos ecológicos es también un fenómeno en el mercado español y esto ha provocado un aumento de nuestras ventas. Las primeras iniciativas dirigidas a la comercialización de Bio Marlene® ya se han llevado a cabo con excelentes resultados en varios mercados, en primer lugar en Mercabarna, en Barcelona, donde ya estamos presentes. Marlene® es la marca más popular en el mundo hortofrutícola español, sinónimo de sabor y bienestar, por lo que la combinación con productos ecológicos está resultando muy prometedora.

VF. ¿Y su disposición a comprar manzanas del Club como Kanzi®, Envy™ o Yello®?

WP. Estamos muy satisfechos con las tres variedades Club, que de nuevo este año satisfacen el gusto de los nuevos

consumidores y consolidan su posición. En España, Kanzi® ha consolidado su posición en el segmento premium, pero los nuevos Envy™ y Yello® también son cada vez más populares.

VF. *El pasado mes de febrero, junto con VIP, VOG presentó tres nuevas manzanas: Giga®, RedPop® y Cosmic Crisp®. Si bien aún es pronto para sacar conclusiones, ¿cómo ha sido la reacción inicial del mercado ante esta nueva propuesta?*

WP. Por el momento, las cantidades disponibles son obviamente muy pequeñas, pero siguen siendo ideales en esta fase de lanzamiento para presentar estos nuevos productos a los clientes y para organizar las primeras degustaciones y recibir los primeros comentarios. Los comentarios que estamos recibiendo son entusiastas. A partir de la próxima temporada ampliaremos progresivamente tanto la distribución como las ventas, gracias a la disponibilidad de volúmenes crecientes que nos permitirán satisfacer una demanda que ya se presenta muy dinámica.

“La demanda de manzanas se ha mantenido constante hasta ahora y no ha variado significativamente”

VF. *Otro punto clave en la estrategia de VOG es la sostenibilidad. Así nació el proyecto “Sustainapple”. ¿Cuáles son los fundamentos de esta iniciativa y cuál es su objetivo?*

WP. Sustainapple es un proyecto desarrollado por el Consorcio de la Manzana del Tirol del Sur en el que participan numerosas organizaciones del sector frutícola regional, entre ellas el Consorcio VOG.

La sostenibilidad siempre ha sido uno de los aspectos más importantes de la fruticultura en el Tirol del Sur y ahora era el momento de vincularla de forma concreta a los objetivos que hay que alcanzar, es decir, los 17 objetivos para el desarrollo sostenible del planeta (los llamados ODS —Objetivos de Desarrollo Sostenible—) establecidos por las Naciones Unidas. Se distribuyó un toolbox a todas las partes interesadas que contenía toda la información importante sobre la situación actual de la sostenibilidad en la fruticultura del Tirol del Sur, las distintas medidas que se aplicarán conjuntamente en los próximos años, material informativo sobre los distintos sectores y documentos de trabajo como el autodiagnóstico de sostenibilidad.

El Consorcio VOG siempre ha situado la sostenibilidad en el centro de sus esfuerzos: toda la producción se lleva a cabo bajo la gestión integrada de plagas o cuenta con la certificación ecológica. Además, todas las cooperativas tienen sistemas fotovoltaicos.

VF. *¿Cuál es la “hoja de ruta” de VOG para los próximos años? ¿Y dónde pondrá el consorcio de Terlan todos sus esfuerzos para asegurar el futuro de sus socios produc-*

tores de manzana y del propio sector?

WP. El objetivo del consorcio VOG es seguir ofreciendo al consumidor la manzana adecuada en el momento adecuado, durante todo el año. Por lo tanto, tener un surtido rico en variedades es un objetivo primordial. Nuestro consorcio siempre está atento a estudiar con sus socios investigadores la posibilidad de probar nuevas manzanas: tenemos la suerte de contar con un terreno maravilloso para el cultivo de manzanas de alta calidad, con diferentes al-

titudes y con productores experimentados y apasionados. Gracias a estas excelentes premisas, el consorcio mira al futuro con optimismo: el objetivo es alejarse de una vez por todas de la lógica de los productos básicos, y para ello es necesario ofrecer productos de alta calidad y diferenciados. No es casualidad que las últimas marcas que hemos presentado —Giga®, Cosmic Crisp® y RedPop®— tengan estas características.

A esto hay que añadir las importantes iniciativas de comunicación puestas en

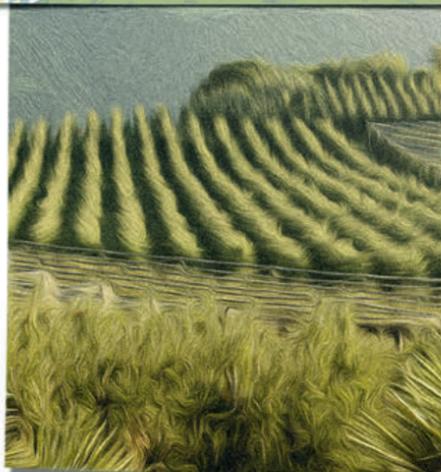


Manzana Golden con la nueva etiqueta que conmemora el 25º aniversario de Marlene®. Diseño ganador del concurso digital que organizó el consorcio italiano. /VOG

marcha este año con motivo del 25º aniversario de Marlene®: el concurso digital nos ha permitido seleccionar obras, empezando por la ganadora, que han sabido interpretar el espíritu y los lugares de los que nacen las manzanas Marlene®. La combinación de arte, naturaleza y belleza que se desprende de todas las obras finalistas representa plenamente el origen de nuestras manzanas, símbolo de excelencia y calidad y fruto del trabajo constante, el cuidado y la pasión de nuestros agricultores.

25

25 años de Marlene®
¡Ilusionamos a los consumidores con la nueva imagen del aniversario!



Soy Marlene®

HIJA DE LOS ALPES



Cultivada en un clima alpino-mediterráneo



Controlada con la máxima diligencia



Disponible en todas las estaciones del año



De granjas familiares



Diversidad irresistible para todos los gustos

marlene.it

¿Quién sube y quién baja en la gran distribución italiana?

La empresa consultora IRI expone cómo han cambiado los hábitos de consumo y cómo ha funcionado el sector de la distribución en Italia en su “libro blanco”

▀ ALBA CAMPOS TATAY. REDACCIÓN.

La distribución en Italia durante el año 2020 no se ha visto especialmente afectada por la COVID-19. A lo largo de los doce meses el crecimiento del valor de las ventas (+5,1%) es coherente con el de los años anteriores. Sin embargo, el rendimiento de los distintos canales de productos de gran consumo o los hábitos y prioridades de las familias italianas sí que han sufrido cambios. Con el objetivo de identificar los canales de la gran distribución que han sido premiados o marginados por las nuevas opciones de compra, así como los nuevos hábitos y preferencias de los consumidores, la empresa consultora IRI en el “libro blanco” resume en cifras las nuevas orientaciones de consumo que se están dando en Italia.

■ CAMBIOS EN EL CONSUMO

Las ventas crecieron un 12% en valor en 2020 con una fuerte aceleración durante el segundo semestre del año, cuando se sufrieron “situaciones de dificultad económica de las familias”, según apunta el IRI. Por otro lado, llama la atención el fuerte crecimiento de las tiendas discount que registraron dos puntos porcentuales a la diferencia que tenían con los demás canales de productos de gran consumo en la segunda mitad del año. “Su éxito parece estar motivado no solo por la conveniencia sino también por su mayor compatibilidad con la nueva orientación de “vuelta a lo básico” del consumidor”. El cliente ahora “busca pasar el menor tiempo posible en las tiendas



La cadena Conad se sitúa como la primera empresa GDO en Italia, con un 14,6% de cuota de mercado. / CONAD

	2019	2020
Ipermercati	-3,2%	-5,1%
Superstore	4,3%	8,4%
Supermercati	2,4%	9,2%
Libero Servizio Piccolo	0,6%	5,8%
Specialisti Casa e Persona	8,1%	10,9%
Discount	6,2%	12,3%

Fonte: IRI InfoScan Census® - Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo / Specialisti Casa e Persona / Discount. Supermercati = Supermercati ECR.

La GDO italiana aumenta sus ventas en general salvo los hipermercados. / IRI

y encontrar lo que necesita inmediatamente”. La crisis de la COVID-19 ha supuesto cambios en los hábitos de consumo y ahora “el placer de comprar y socializar parece haberse dejado de lado en buena medida”. La compra se concibe ahora como algo necesari-

o y se lleva a cabo en el mínimo tiempo posible.

■ LA DISTRIBUCIÓN EN ITALIA

A pesar de que los especialistas en hogar y personal se vieron penalizados por las restricciones y las diferencias en la interpreta-

ción de las normas de distanciamiento, registraron un aumento de las ventas cercano al 11% en 2020. Así, el IRI expone que “el canal ha mostrado un fuerte repunte desde la primavera, impulsado por una demanda excepcional de productos para la higiene y el saneamiento, pero también por la mezcla de la oferta competitiva en sus categorías de elección”.

Los supermercados medianos y pequeños supieron interpretar las necesidades cambiantes de los consumidores durante la pandemia y ello supuso que obtuvieran buenos resultados. Algo que también vino dado gracias a la cercanía, aunque no es una característica que beneficie a todos en este ámbito. Las tiendas de barrio tuvieron un fugaz pico en los meses de encierro, pero luego “con la flexibilización de las medidas restrictivas, han vuelto

a mostrar los límites que ya se evidenciaban en el precovid”. Los consumidores siguen apostando por los supermercados en detrimento de las pequeñas tiendas de barrio.

Los hipermercados, en cambio, no salieron tan bien parados y el año 2020 cierra con un fuerte descenso de las ventas de las grandes superficies generalistas, en especial, estos hipermercados. Esto fue así, en gran parte, a causa del retroceso “provocado por las restricciones a la circulación” según explica la empresa consultora IRI. Añade además que “el canal no ha logrado recuperar el atractivo para los consumidores, continuando la crisis estructural ya iniciada desde hace algunos años”.

■ EL TOP 10

La empresa consultora IRI publicó un listado con las primeras diez empresas de la gran distribución alimentaria en Italia a junio de 2020. En ella se encontraban, ordenadas según la cuota de mercado alcanzada, hipermercados, pequeños y grandes supermercados o discount.

La cadena Conad se sitúa líder con un 14,6%, mientras que la segunda y tercera posición quedan relegadas al Gruppo Selex y Coop con un 13,7% y un 13,0% respectivamente. A la cola se encuentran Lidl (4,7%) Agorà (3,4%) y cierra el ranking MD con un 3%. Se observa que la estructura del mercado nacional italiano está formado por cooperativas como las cadenas Conad o Coop, formadas por asociaciones regionales con múltiples socios. El caso del mercado español es distinto, Mercadona, por ejemplo, con aproximadamente un 25% de cuota de mercado, facturó en 2019 más de 25.000 millones y cuenta con unos 1.500 establecimientos. El mayor crecimiento en los últimos años en el caso de Italia, en cambio, es el del canal discount ya que se valora la proximidad y el precio. Y es en este ámbito donde destaca la rápida expansión de Lidl.

En Italia, la producción de productos biológicos tiene un valor de 1.836 millones de euros a precios de producción y 3050 millones a precios de mercado.

El sector está compuesto por un total de 20.092 empresas, un 8,6% más con respecto al 2018. Un 2,3% son importadores, un 46,1% se dedica a la preparación y un 51,6% se encarga de la producción y la preparación de productos.

Se trata de un sector concentrado en el que las cuatro principales empresas acumulan un 27,5% del total, aunque este porcentaje se está viendo disminuido de manera lenta y progresiva.

Con respecto a la división por productos, los considerados “procesados” ha obtenido un crecimiento de un 0,9% con respecto al 2018, mientras que los “frescos” han crecido un 3,6%. En 2020, el gasto de productos alimenticios ecológicos en el comercio minorista a gran escala registró un aumento del 4% respecto al año anterior, según se señala en una información publicada por el portal Modern Distribution Management.

En un contexto de crecimiento de las ventas de alimentos en los canales minoristas, la incidencia de las compras bio en el carrito de la compra italiano se

El gasto en alimentos bio aumenta un 4% en 2020

Respecto a 2018, los productos “frescos” han crecido un 3,6%



Para este 2021 se espera una recuperación de las ventas en el mercado italiano de un 4,6%, gracias a la recuperación de los distintos canales de distribución, sobre todo el de los comedores escolares. / ARCHIVO

mantiene sin cambios, situándose en torno al 3%.

Según las últimas encuestas de Ismea, el gasto en referencias ecológicas en grandes puntos de venta registró un aumento del 6% en las tres semanas cercanas a la Navidad respecto al mismo periodo de 2019. Una confirmación de que los valores reconocidos como ecológicos cumplen más y más el favor del consumidor, concienciado hoy de la estrecha relación entre bienestar, nutrición y salud del planeta.

Las perspectivas para el segmento ecológico para los próximos años se han visto condicionadas de una manera determinante por los efectos provocados por la pandemia de la COVID-19 sobre el total de la economía italiana. En este sentido se ha podido comprobar como la frecuencia de compra se ha reducido, pero se ha incrementado el tique medio como consecuencia de la caída del consumo fuera de casa.

En cuanto a las previsiones comerciales para este 2021 se espera una recuperación de las ventas en el mercado italiano de un 4,6%, gracias a la recuperación de los distintos canales de distribución, sobre todo el de los comedores escolares que se espera que se incremente en un 40%.

La pandemia provoca un descenso del consumo de frutas y hortalizas en Italia

Tras un primer semestre positivo, en el segundo se produjo un descenso del consumo

ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Durante los doce meses del año 2020, marcado por la crisis sanitaria de la COVID-19, la cantidad total de frutas y hortalizas consumidas por los italianos ha superado ligeramente los 6 millones de toneladas, el equivalente a 233 kg por familia, según los datos publicados por el Observatorio del Mercado de CSO Italia (Centro de Servicio Hortofrutícola), sobre las encuestas de GFK.

Sin embargo, el aumento de los volúmenes se concentró en el primer y segundo trimestre, con un incremento del 2% en el primero y del 3% en el segundo. Los trimestres siguientes, en cambio, sufrieron un descenso del 6% y del 2% respectivamente.

FRUTAS

La directora de CSO Italia, Elisa Macchi afirma que "la fruta es el segmento que muestra la tendencia más problemática. La contracción del 3,5% de los volúmenes en 2019 confirma la tendencia negativa de los dos últimos". Sin embargo, aunque son pocas las frutas que registran cantidades crecientes año tras año, destacan las manzanas (+4%), las naranjas (+3%), las uvas de mesa (+14%) y los frutos pequeños (+1%). Por el contrario, disminuyeron las sandías (-8%), las clementinas (-7%) y los melones (-5%). Las fuertes heladas sufridas a principios de abril provocaron una bajada en la disponibilidad de frutas de hueso como los melocotones (-20%), las nectarinas (-23%), las ciruelas (-21%) o las cerezas (-20%), aunque los albaricoques fueron los más afectados (-29%).

En cuanto a las fresas, en 2021 se prevé un incremento de la superficie del 9% respecto a 2020 y a su vez de la producción, situándose en 3.962 hectáreas cultivadas, según la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (Fepex). Italia cultiva fresas en todo el país, y destacan las regiones de Basilicata y Campania, que poseen el 50% de la superficie. Se estima que el aumento se dará sobre todo en las regiones del sur, con una cierta estabilidad en la zona centro y un mínimo retroceso en el norte.

HORTALIZAS

Las hortalizas, por su parte, se han encontrado en una mejor situación que las frutas, cuyas compras en el año marcan un +2%. Entre las principales especies compradas por las familias italianas en 2020 se encuentran las pa-



En el canal tradicional, solo las fruterías de barrio han marcado un aumento de las ventas en un 3%. / ARCHIVO

tatas (+11%), las zanahorias (+8%), los calabacines (+1%), las cebollas (+8%), el hinojo (+9%), las berenjenas (+2%), los pimientos (+6%). Sin embargo, en descenso están los tomates (-2%), las ensaladas (-5%) y la coliflor (-3%).

PRECIOS Y DISTRIBUCIÓN

En cuanto a los precios, Daria Lodi, de CSO Italia, afirma que "el gasto medio por familia en 2020 fue de 458 euros (+4%), con precios medios ampliamente superiores a los de 2019 en todos los macro periodos del año, en todos los canales de venta y en todo el país".

El consumo total de frutas y hortalizas ha superado ligeramente los 6 millones de toneladas

La fruta es el segmento que ha mostrado la tendencia más problemática durante 2020

El gasto medio por familia ha sido de 458 euros (+4%), con precios medios ampliamente superiores a los registrados en 2019

La distribución, además, registra un aumento de los volúmenes vendidos que equivale al 3%. Sin embargo, no entran dentro de este crecimiento los hipermercados, que sufren una pérdida del 5%, mientras que los flujos gestionados por los supermercados (+4%), las tiendas de descuento (+2%) y los supermercados (+10%) son superiores.

Los canales tradicionales, por su lado, sufren un fuerte descenso de los mercados callejeros y locales (-18%) a causa de la crisis sanitaria de la COVID-19, frente a un aumento de las fruterías igual al 3%,

El consumo de frutas y hortalizas ecológicas también ha registrado un retroceso del 2% en Italia y las cantidades se sitúan en 343.000 toneladas

según datos del Observatorio del Mercado de Italia de CSO.

Por áreas geográficas, el 31% de las compras nacionales se concentraron en el noroeste del país, con un descenso en valor absoluto del 1%. Se produjo un aumento del 3% en los volúmenes del noroeste, una zona donde se compra el 21% del total de frutas y hortalizas. Y se produjo el mismo aumento en el centro y Cerdeña, macro región con el 24% de los volúmenes nacionales. La zona sur junto con Sicilia, también con una cuota del 24% del total de las ventas, experimenta una contracción del 7%.

Según Elisa Macchi en cuanto al consumo de frutas y hortalizas ecológicas "hay un retroceso". Con un descenso del 2%, las cantidades se sitúan en 343.000 toneladas. Las frutas pierden así un 3% de la cantidad frente a un aumento del 2% de las hortalizas. Por otro lado, en cuanto a las cuotas de frutas y hortalizas por peso fijo/envasado, en el año 2020, se pasa de 1,5 a más de 1,6 millones de toneladas, "con un salto del 8% en los volúmenes comprados a pesar del aumento del 6% en el precio medio", explica la directora del CSO Servizi.

COMERCIO EXTERIOR

El volumen de exportación de Italia a otros países no es demasiado elevado dado que se centra bastante en la producción nacional. En 2020 se ha situado en 10.672 toneladas, un 17% menos que en 2019, según los datos de Fepex. Las importaciones, por otro lado, también se redujeron, y el volumen totalizado fue de 30.364 toneladas en 2020. España fue el principal proveedor de Italia, alcanzando una importación de 24.890 toneladas.

MOLBO Moving goods

MOVIMIENTO RESPONSABLE DE MERCANCÍAS

Enjoy with us

Grupaje diario internacional

ITALIA FRANCIA BÉLGICA HOLANDA

+34 96 164 31 40
www.molbo.es

Stefano Patuanelli, el nuevo ministro de Políticas Agrícolas del Gobierno de Draghi

El nuevo ministro confirma que el sector agrario está llamado a ofrecer una contribución decisiva al proceso de transición verde de toda la economía italiana

Cambios en el Ministerio de Políticas Agrícolas, Alimentarias y Forestales (MIPAAF) con la llegada de Mario Draghi al gobierno italiano. De la ex-sindicalista Teresa Bellanova al ex-ministro de Desarrollo Económico e ingeniero de la construcción, Stefano Patuanelli.

Italia estrena ministros y en el caso del Ministerio de Políticas Agrícolas, Alimentarias y Forestales (MIPAAF), su responsable Stefano Patuanelli no ha perdido el tiempo a la hora de exponer el enfoque integral del programa del nuevo Gobierno presidido por Mario Draghi para el sector agroalimentario y pesquero en una audiencia en la Comisión de Agricultura del Senado.

“Es un sector que ha mostrado centralidad desde el punto de vista geopolítico y una extraordinaria resiliencia incluso durante la emergencia sanitaria, que ha aumentado sus exportaciones en 2020 en un 1,7% a pesar de la COVID-19”, destacó Patuanelli. También apuntó que el sector agrario, que está llamado a ofrecer una contribución decisiva al proceso de transición verde de toda la economía italiana, “puede contar con unos 50.000 millones de euros para los próximos 7 años, incluidos los fondos de la Política Agrícola Común posterior a 2020”.

Entre los aspectos más destacables, cabe resaltar el Plan Nacional de Recuperación y Resiliencia (PNRR), que destina más de 3.000 millones de euros a proyectos relacionados con el sector agrario y agroalimentario y la gestión de los recursos de riego. Asimismo, la línea de acción ‘agricultura sostenible’ tiene un presupuesto de 2.500 millones de euros, incluyendo nuevas estrategias de la Unión Europea vinculadas al Pacto Verde Europeo como ‘De la granja a la mesa’ y el apoyo al desarrollo de la agricultura de precisión, enmarcados en una lógica de intervención fuertemente orientada hacia la transición verde y digital. El sector ganadero, especialmente en las áreas de producción más intensiva del norte de Italia, es particularmente importante en este sentido, dado que las emisiones de la fermentación entérica y la gestión del estiércol son las principales fuentes de emisión de gases de efecto invernadero.

Por otro lado, Patuanelli señaló que “el propio sector puede erigirse como parte de la solución a esta cuestión, mediante la investigación aplicada a la producción”. Así, las propuestas del MIPAAF consisten “en una combinación de proyectos que se integran entre sí, con el desarrollo del biometano, que harán posible mejorar el ma-



Stefano Patuanelli dirigirá las nuevas políticas agrarias en la era Draghi. / MIPAAF

La digitalización en el ámbito agrario, rural y alimentario es una línea de acción de Patuanelli

nejo del estiércol y obtener un subproducto, el ‘digestato’, que se utilizará como mejorador del suelo en lugar de insumos químicos, por poner un ejemplo”.

Otra nueva línea de acción mencionada por el ministro ha sido la intención de prestar es-

El nuevo ministro mantiene su firme rechazo a los modelos de etiquetado Nutriscore

pecial interés a la digitalización para el ámbito agrario, alimentario y rural, con el fin de cerrar la brecha con el resto de la economía, garantizando las transiciones ecológica y digital. “Desde este punto de vista, además del PNRR, la coordinación entre las

actividades de programación del Plan Estratégico Nacional con la continuación de los trabajos en el contexto de la Economía Espacial representa una gran oportunidad”.

Con respecto a los productos “Made in Italy”, es intención del ministerio de Políticas Agrícolas continuar por el camino seguido hasta ahora. “Esto se consigue mediante la mejora y el fortalecimiento del ICQRF, (Departamento de la Inspección Central para la protección de la calidad y la lucha contra el fraude de los productos agroalimentarios), apoyando así los productos italianos en el mercado nacional y en los mercados internacionales”.

■ RECHAZO A NUTRISCORE

Además, el ministro Patuanelli, mantiene su firme rechazo a los modelos Nutriscore y de etiquetado nutricional que, a su juicio, “distorsionan la información al consumidor”.

Italia ha propuesto un modelo alternativo como el llamado “esquema de batería”, que se estima de mayor utilidad informativa para el consumidor sin por ello perjudicar al productor mediante la clasificación estricta de cada producto en determinados grupos.

En cualquier caso, el ministro cree que “dichos regímenes deben seguir siendo voluntarios y no obligatorios, y que las producciones con indicaciones geográficas deberían en todo caso estar exentas de cualquier aplicación obligatoria”.

De esta forma, las líneas directrices del mandato del nuevo ministro demuestran “la posición estratégica que se le ha conferido al sector primario, avanzando hacia el crecimiento sostenible fomentado por la Unión Europea y la defensa de los productos nacionales a través del rechazo al modelo de etiquetado nutricional del Nutriscore”.

La agricultura 4.0 continúa creciendo en Italia

Existen más de 500 soluciones de Agricultura 4.0 disponibles en Italia que utilizan principalmente sistemas de análisis de datos, plataformas de procesamiento o software e IoT

El sector agroalimentario ha sufrido las consecuencias de la pandemia en todo el mundo, entre las que se encuentran el aumento de la presión sobre la logística de distribución, la menor disponibilidad de mano de obra, la fuerte reducción de las ventas en el canal Horeca y el escepticismo de los consumidores.

Según se desprende de la información publicada por el portal Osservatori, el mercado de la Agricultura 4.0 italiano pese a verse especialmente afectado durante el primer confinamiento, repuntó con ímpetu en la segunda mitad del año, alcanzando el valor de 540 millones de euros en 2020 (lo que supone un 4% del mercado mundial) y creciendo un 20% interanual, en línea con los años anteriores.

Este incremento se debe, en gran medida, a las soluciones de agricultura de precisión, los sistemas de supervisión y control de vehículos y equipos, y la maqui-



El 60% de las explotaciones agrícolas utilizan al menos una solución digital, pero solo el 3-4% de las tierras agrícolas se cultivan con herramientas 4.0, una señal de que el mercado todavía tiene mucho potencial por explotar. / OSSERVATORI

naria relacionada. Actualmente, existen más de 500 soluciones de Agricultura 4.0 disponibles en Italia que utilizan principalmente sistemas de análisis de datos, plataformas de procesamiento o software e IoT, y encuentran aplicación en las fases de cultivo,

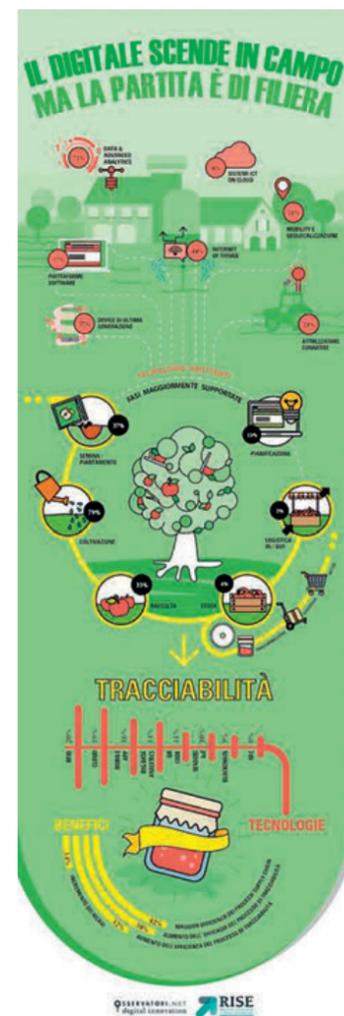
siembra y cosecha de productos en diferentes sectores, especialmente en frutas, hortalizas, vino y cereales. Hasta el 60% de las explotaciones agrícolas utilizan al menos una solución digital, pero solo entre el 3% y el 4% de las tierras agrícolas se cultivan con

Las tecnologías para recopilar, explotar y compartir datos a lo largo de la cadena de suministro están avanzando

herramientas 4.0, señal de que el mercado todavía tiene mucho potencial por explotar. Para ello, es necesaria la interoperabilidad e interconexión de las soluciones, el desarrollo de competencias específicas y la explotación e intercambio de datos.

En la trazabilidad alimentaria, lo digital gana cada vez más presencia. Las tecnologías para recopilar, explotar y compartir datos a lo largo de la cadena de suministro están avanzando, experimentando un auge alrededor del 60% con respecto a 2019, así como las soluciones móviles, el análisis avanzado de datos y las plataformas de procesamiento.

La tecnología blockchain sigue creciendo (+59%) y representa ya el 18% de las soluciones de trazabilidad, ayudando a mejorar la eficiencia de la cadena de suministro y la sostenibilidad ambiental o social. Esto convierte a la agroindustria italiana en el tercer sector en cuanto al número de proyectos piloto y operativos de blockchain a nivel internacional.



La transformación digital del campo es uno de los retos de futuro del nuevo gobierno italiano. / OSSERVATORI

valencia
fruits
dossier

NÍSPEROS DE CALLOSA D'EN SARRIÀ



Ruchey
www.nisperosruchey.com



ANDRÉS LLORCA / Gerente de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià

“El consumidor es fiel porque cuidamos al máximo la calidad y cualidades de nuestros nísperos”

La Cooperativa de Callosa d'en Sarrià lidera la producción, la comercialización y la investigación de los nísperos en la comarca. Es por ello que, tanto a los agricultores como a los trabajadores se les exige una total dedicación, profesionalidad y un especial compromiso con el cultivo. Los avances en investigación se han concretado en nuevas variedades híbridas con las que se obtiene una cosecha precoz y de muy buena calidad. En las últimas campañas se ha comprobado su viabilidad y proyección de futuro.

► SANTIAGO PASCUAL. REDACCIÓN.(*)
Valencia Fruits. ¿Qué nos puede comentar de la presente campaña?

Andrés Llorca. Como en los inicios de todas las campañas, siempre tenemos unas expectativas extraordinarias para la cosecha de nísperos. Sin embargo, siempre estamos pendientes de los cambios en la meteorología y otras circunstancias que, como en la anterior temporada, nos afectaron de lleno. El año pasado, la COVID-19 cambió todo el modelo de trabajo y aumentó los costes de producción, pero la entereza y la fuerza de nuestras familias nos permitió sacar adelante la producción y comercializarla.

La presente cosecha llega con un retraso de diez días respecto a ejercicios anteriores. Tenemos una fruta de excelente calidad y muy buenos calibres, que hasta ahora se han beneficiado de las pocas lluvias caídas. Esta campaña de níspero será, en cuanto a volumen de producción, similar a la media de las campañas pasadas, si bien la edad avanzada de algunos agricultores y las inclemencias, cada vez más acentuadas en las últimas campañas, hace que algunas familias se pasen al cultivo del aguacate, que tiene menos necesidad de mano de obra y los rendimientos son, en algunos casos, incluso mejores. La pandemia que sufrimos desde el año pasado también ha influido en el aumento de las plantaciones de aguacate.

Las dificultades a la hora de realizar los trabajos, la recolección, etc. influyeron, y aunque en principio fueron muy negativos, la mano de obra local se movilizó. Los trabajadores del sector servicios y la hostelería, que estaban parados, se incorporaron a las fincas de la familia como mano de obra especializada y sacaron la campaña adelante, tal como ocurrirá en la presente temporada sin lugar a dudas.

Por otro lado, si bien el canal Horeca aún no se ha activado, el caso es que el consumo de frutas frescas ha aumentado considerablemente en los hogares.

El aumento en los costes de producción es evidente por la necesidad de cumplir de manera estricta todas las normas establecidas ante la pandemia. Las medidas de separación entre los trabajadores en su lugar de trabajo limitan los rendimientos y la utilización de los EPIS extraordinarios suponen también una cierta limitación. Son medidas necesarias por el bien de todos, pero que en suma, se notarán en los rendimientos. Por otra parte el transporte y la logística también tienen sus aspectos negativos. Conocemos las limitaciones, cumplimos con todas las medidas



Andrés Llorca analiza la presente campaña de nísperos. / ARCHIVO

de prevención por el bien de nuestros trabajadores y por el bien de todo el sector; trataremos de que los factores negativos se puedan minimizar, pero es una ardua tarea que esperamos superar como en la campaña pasada.

VF. A pesar de las dificultades, ¿se ha continuado invirtiendo en la protección del cultivo?

ALL. Por supuesto. Para evitar los daños causados por el viento y otras inclemencias como el pedrisco, la reacción de

los agricultores, desde hace años, consiste en incrementar la superficie con mallas protectoras. Esto hace que en campañas de clima adverso, la cosecha esté asegurada y la calidad garantizada.

VF. ¿Cómo son los primeros compases de la campaña desde punto de vista de la demanda?

ALL. La demanda del consumidor ya se está notando. Todos los años por estas fechas el mercado espera la llegada de nuestros nísperos. El consumidor es

“La campaña pasada fue titánica. La COVID-19 llegó en el peor momento, y sin embargo conseguimos sacar la temporada adelante”

“Tenemos una cosecha de excelente calidad y muy buenos calibres, que hasta ahora se han beneficiado de las pocas lluvias caídas”

fiel porque cuidamos la calidad y las cualidades de nuestra fruta. El níspero de Callosa es una fruta temprana que llega al mercado en una época entre los cítricos y las frutas de verano, y eso los consumidores lo aprecian porque llevamos al mercado un producto con muchísimas cualidades.

VF. ¿Que podemos avanzar respecto a la estrategia en la apertura de nuevos mercados?

AL. La vocación exportadora de la cooperativa y de la comarca en general ha sido clara desde siempre. La búsqueda de nuevos mercados siempre ha sido una constante para que nuestras frutas sean conocidas y apreciadas. Para ello participamos en las ferias internacionales de referencia, para mostrar nuestros productos y realizar los acuer-

“La presente cosecha llega con un retraso de diez días respecto a campañas anteriores”

dos necesarios que nos permitan exportar. Durante el pasado año, debido a la crisis sanitaria, no se han desarrollado, pero en cuanto se recuperen, allí estaremos mostrando al mundo nuestras producciones de la máxima calidad.

Fruto de eventos anteriores, desde hace algunas campañas exportamos nísperos de nuestra comarca a países de ultramar, Canadá, Israel, Oriente Medio etc. en los que hemos conseguido incrementar la comercialización. Sin por ello descuidar a nuestros clientes tradicionales en cuyos mercados hemos apostado por las cadenas de supermercados, como es el caso de Alemania y Francia.

En Inglaterra, pese al Brexit, nuestras exportaciones no se han visto afectadas. Mantenemos una relación con nuestros clientes muy afianzada y eso hace que tengamos los mismos niveles de comercialización en ese mercado. También procuramos atender la demanda de las grandes superficies, apostando por envases más pequeños que permiten al consumidor seleccionar su unidad de compra sin que la fruta sufra ninguna manipulación, y por supuesto manteniendo en todo momento su extraordinaria calidad. Además así también se cumple una de las especificaciones del actual episodio, evitando el contacto con la fruta desde el envasado, hasta el momento del consumo. Donde sí hemos detectado una cierta repercusión es en las categorías de fruta destinadas al canal Horeca. En la campaña pasada se notó mucho pero esperamos que en la presente nos afecte menos porque hemos reaccionado a tiempo.

Es importante conocer que el abaratamiento de los costes de transporte, junto con una mayor paridad en el cambio, facilita que los consumidores puedan ver nuestros nísperos como una fruta más cotidiana, de consumo habitual en la época de nuestra producción, y que aquellos que lo consumen por curiosidad repitan al resultarles extraordinariamente succulento y agradable y, por supuesto, más asequible.

La comercialización de nuestros nísperos en mercados lejanos supone una especialización en el transporte y la logística necesaria porque es una fruta riquísima pero delicada en determinados momentos de la campaña, lo que nos reta a esmerarnos en la selección, el envasado y su comercialización...., y en la presente campaña, limitados por el desarrollo de la pandemia.

VF. ¿Qué proyectos de futuro tiene la Cooperativa de Callosa?

ALL. En la cooperativa pusimos en marcha hace ya varias campañas un nuevo almacén donde se envasan los nísperos de aquellos socios productores que lo solicitan. Esta fruta viene del campo a granel, pero en vez de seguir con los envases tradicionales, hemos innovado y envasamos en diferentes formatos pequeños y de nuevo diseño, a fin de elevar a un nivel superior la selección en la calidad Premium y captar así más clientes. También envasamos en ese almacén todos los formatos que nos piden las cadenas de supermercados y que en los almacenes de los agricultores supondrían alguna

Los cambios con la COVID-19

Andrés Llorca señala que el coronavirus ha sido realmente complicado para todos. “La campaña pasada fue titánica, nos llegó en el peor momento y sin embargo conseguimos sacar la temporada adelante. Los resultados no fueron muy buenos pero el verdadero éxito fue precisamente sacar la campaña adelante incluso con la meteorología en contra, primero por las lluvias y luego por el exceso de calor”.

“Sin embargo, la COVID-19 ha mejorado todo lo referente a la sanidad e higiene, porque todos los protocolos se han reforzado y es algo que realmente se nos va a quedar ya para siempre. Otro de los aspectos que se va a quedar y mejorará todo el sistema es precisamente el avance decisivo en la digitalización de todos los aspectos en nuestro sector. Todas las relaciones con los productores se han informatizado y los avisos ya se realizan a la página web o a través de las redes. Hemos desarrollado una aplicación para la telefonía móvil a través de la cual los agricultores reciben puntualmente los avisos necesarios para desarrollar el cultivo. Los avisos emitidos desde el departamento técnico se remiten al teléfono móvil con lo que se mejorarán aún más las estrategias de cultivo en nuestra cooperativa. Nos hubiera gustado que esta me-

jora hubiera llegado después de años de insistir desde la cooperativa, pero eran muchos aspectos que aún se mantenían de manera analógica, manual, física, los albaranes, los comprobantes, la presencia en las oficinas”, apunta el gerente de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià.

Andrés Llorca indica que echarán de menos las reuniones técnicas o comerciales en el almacén, en los pasillos, en las oficinas, etc. “Todo esto será ya digital porque este cambio ha venido para quedarse, por nuestro bien. Esperamos que las restricciones perimetrales en el transporte, la logística, la disponibilidad de mano de obra especializada y respetuosa con nuestra fruta, y la evolución de la sociedad en su conjunto, no se tornen negativos para las personas ni para el consumo de los nísperos. De esta fruta conocemos sus cualidades, tanto de sabor como de elementos nutritivos, y estamos convencidos de que los consumidores también las conocen y aprecian”.

“Y deseamos de corazón que las medidas restrictivas y las diferentes vacunas tengan éxito y la COVID-19 pase cuanto antes como un capítulo muy oscuro y sirva lo aprendido para valorar mucho más las frutas que favorecen las defensas en nuestros cuerpos”, concluye Llorca. ■

dificultad. Queremos mostrar al consumidor, con estos nuevos formatos más visibles y fácilmente identificables, que los nísperos de Callosa ya han llegado al mercado, con una imagen clara de calidad diferenciada y con un cambio que complementa nuestra línea más tradicional basada en la presentación a granel. Como en la campaña anterior, por razones de salubridad necesarias a causa de la pandemia daremos una cierta preferencia por los formatos de unidad de consumo, máxime al contar con las grandes superficies como destino más importante de nuestra cosecha. Pedimos a las grandes superficies que contemplen el sobreesfuerzo que nos supone el envasado en esas unidades de compra y así podamos hacer llegar al agricultor un precio digno. Este nuevo almacén surge por la necesidad de evitar que los agricultores dejen el cultivo, bien porque tienen otra ocupación además de la producción o para aquellos agricultores

“Con el nuevo almacén de envasado estamos dando una respuesta eficaz, inmediata y profesional a las demandas de fruta de calidad y presentaciones más adecuadas”

que por su edad avanzada, encuentran dificultades para seguir cultivando. Generamos puestos de trabajo cada campaña, en un cultivo en el que, tanto en la producción como en su manipulación y envasado, es fundamental la mano de obra artesanal y todas estas labores las tienen que desarrollar manos expertas. Facilitamos las labores al socio de la cooperativa, evitamos el abandono y favorecemos, con ello, mantener las tierras y los cultivos.

En cuanto a la comercialización, nuestra estrategia de futuro se orienta principalmente a aumentar el número de clientes y de cadenas de supermercados en los que comercializar, y satisfacer plenamente sus exigencias. Con este nuevo almacén de envasado estamos dando a nuestros clientes una respuesta eficaz, inmediata y profesional a las demandas de fruta de calidad y en las presentaciones que consideran más adecuadas. Para ello hemos diseñado unos envases pequeños, unidades de compra de medio kilo, y otros elaborados de material alternativo al plástico. Se trata de llevar al mercado nuestra excelente fruta en los mejores envases, que resulten atractivos y ante todo ecológicamente sostenibles.

VF. ¿Qué otras líneas de actuación están desarrollando?

ALL. Dentro de las estrategias que tratamos de desarrollar, una de las que más influye en la calidad de la fruta es la cubierta de las plantaciones con estructuras de malla para proteger al cultivo y la cosecha de los vientos y otras inclemencias. Para la presente campaña se aumentará sensi-

blemente la superficie cubierta. Esta es una apuesta clara por la calidad de los nísperos.

Otro de los proyectos es la ampliación del periodo de producción, y por tanto de comercialización, mediante la implantación de nuevas variedades que alarguen el periodo de recolección, sobre todo con variedades más tempranas

Hemos abierto una tienda online de comercialización de nuestros productos que podemos encontrar en www.nisperosruchey.com. Cada vez aumenta más el comercio electrónico y nosotros no de-



Imagen de la entrada de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià. / ARCHIVO

bíamos obviar esta realidad, entre otras cosas porque un segmento de la población cada vez más significativo confía en esta fórmula, lo que también nos permite estar presentes en la red de manera permanente con las diferentes producciones en fresco y nuestros elaborados artesanales como son las mermeladas y conservas, los licores y la cerveza de níspero, e incluso una ginebra de níspero.

() Responsable de las entrevistas del Dossier del Níspero de Callosa d'en Sarrià*

LA VIDA ES MEJOR CON FRUTA

Ruchey

www.nisperosruchey.com

Coop. Agrícola de Callosa d'en Sarrià, C.V. Partida Micleta s/n - 03510 Callosa d'en Sarrià Tel. 965880100 - Fax: 965881883

SALVADOR SOLBES RODRÍGUEZ / Presidente de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià

“El reto es estar presentes en el mercado con fruta de calidad el periodo más amplio posible”

Callosa d'en Sarrià y la comarca son los principales productores de níspero en la UE y, en el caso de la cooperativa que preside Salvador Solbes, son líderes en investigación con el apoyo de la Conselleria de Agricultura. No obstante, tiene claro que los agricultores solo pueden salir adelante unidos. Únicamente con esfuerzo compartido y unión se podrán afrontar los retos que suponen la comercialización, la prospección de nuevos mercados y la investigación. Solbes es consciente de que la modernización es garantía de futuro. Por ello, como agricultor, en su explotación tiene implantadas ya las nuevas variedades obtenidas en el centro de experimentación de la cooperativa y que cultiva junto a las tradicionales.

Valencia Fruits. ¿Cómo valora este primer año como presidente de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià?

Salvador Solbes. No ha sido un año fácil, pero me gustaría expresar mi satisfacción por la confianza que los socios de la cooperativa depositaron en mí. Mi compromiso con el trabajo por ejercer lo mejor posible lo que requiere mi cargo ha sido total, pero también ha sido en uno de los peores momentos, ya que mi nombramiento coincidió con la llegada de la pandemia y el posterior confinamiento, lo que supuso multiplicar esfuerzos en todos los aspectos de la cooperativa. De todos modos, una vez salvada esta circunstancia, esperemos que pronto, entiendo que será mucho más productiva la actividad tanto del presidente como la de toda la junta directiva.

VF. ¿Qué valoración nos puede hacer de la presente campaña?

SS. Los agricultores tenemos la incertidumbre de cómo se va a desarrollar ya que estamos inmersos aún en este periodo de pandemia que nos está afectando de muchas maneras y esperamos que las consecuencias no sean desastrosas.

La presente campaña de níspero nos llega con unos días de retraso respecto de la temporada pasada. Por lo demás, tendremos, según vemos en las explotaciones, una cosecha de muy buena calidad, con unos calibres satisfactorios y un sabor extraordinario. En cuanto a volumen será muy similar al obtenido en la temporada pasada.

Hay una parte abundante de nísperos de buen calibre pero lo más destacable es la excelente calidad que presentan los frutos con un sabor muy bueno, muy de níspero, que es la primera fruta de la primavera y además está considerada como la fruta de la belleza. De hecho, según afirman los especialistas, el níspero tiene una cantidad importantísima de minerales que influyen en la tersura de la piel. Contiene altos niveles de vitamina A, que es la que prepara nuestra piel para afrontar el verano. Gracias a la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià se han realizado muchos estudios y análisis, y todos confirman que los resultados son buenísimos para los que consumimos nísperos. Los consumidores, cada vez más, tienen muy en cuenta a la hora de comprar fruta estos estudios y eligen la fruta por la calidad, por el sabor y porque es muy apetecible.

Siendo sincero, a pesar de la buena calidad de los frutos y de la fidelidad de los consumido-



Salvador Solbes señala que la campaña llega con muchas incertidumbres derivadas de la situación de pandemia. / ARCHIVO

“El sabor de nuestros frutos es característico e inigualable por las condiciones de nuestras tierras, nuestras aguas y la profesionalidad de los agricultores de la cooperativa”

res, hay incertidumbre al saber cómo resultara al final. Por una parte sabemos que la gente tiene que comer y nosotros estaremos preparados para llevar a los mercados fruta excelente para abastecerlos. Pero también hay mucho comercio cerrado, familias confinadas para vencer a la pandemia, cierres perimetrales y un nuevo modo de comprar, y si bien el consumo en los hogares ha aumentado, el canal de la restauración en su mayoría está cerrado, y para el níspero son un cliente importante.

Por otra parte el transporte también implica limitaciones, sobre todo por la logística, y puede que nos perjudique en algún momento. Y luego está el problema de la mano de obra necesaria para la recolección y el envasado que se tiene que someter a las limitaciones establecidas por las autoridades en cuanto a la ocupación de los vehículos y en cuanto a las distancias entre operarios en el punto de trabajo.

Evidentemente, todas estas limitaciones las podremos superar, tal como lo hicimos el año pasado. Solo cabe esperar que no sea de una manera grave y que al final podamos asumir y llevar a nuestros clientes y consumidores nuestra fruta saludable.

VF. La Cooperativa de Callosa desde siempre ha apostado por la

Las medidas anti COVID

Tal como explica el presidente de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià, con la irrupción de la pandemia la forma de trabajar en la cooperativa ha cambiado, se han adoptado todas las medidas de seguridad necesarias para salvaguardar la salud de todo los trabajadores y socios. Así pues, desde el pasado año, los agricultores socios llegan al almacén con cita previa para evitar que se junten varios agricultores a la entrada de la cosecha. “Les avisamos de la hora en la que tienen que traer sus nísperos envasados, y cuando llegan descargan fuera del almacén, en una zona habilitada para ello, y una vez que se marchan, los trabajadores de la cooperativa salen para entrar las cajas, las pesan y realizan los procedimientos de inspección como siempre se han realizado”. También se ha aumentado la capacidad envasadora de la cooperativa con el fin de gestionar el máximo posible en envases individuales, “un envase de compra con el que ni el frutero ni el consumidor tocan la fruta”, tan solo coge el envase y se lleva a casa. La Cooperativa de Callosa se ha adaptado a las circunstancias impuestas por el coronavirus y en opinión de su presidente “estamos preparados”, y si bien ha sido un proceso urgente, “ha calado todo lo referente a informatización y digitalización de los procesos” y espera que este avance tecnológico “vaya a más en las próximas campañas incluso una vez superado todo lo referente a la pandemia”. ■

investigación y la experimentación. ¿Qué nos puede comentar al respecto?

SS. Siempre hemos liderado, con la ayuda y el apoyo de la Conselleria y los centros de investigación, el área de I+D en el campo de experiencias que tenemos. Uno de los resultados más importantes ha sido la obtención de variedades híbridas que suponen una mejora por su precocidad y por sus cualidades.

Al principio puede que no se entendiera muy bien este esfuerzo pero con los años hemos podido comprobar que todo lo que se invierte en I+D da muy buenos resultados para los agricultores.

Como resultado precisamente de una de las líneas de investigación, hemos mejorado considerablemente el riego y el abonado de nuestro cultivo obteniendo

con ello mejores resultados en nuestras cosechas. Ahorramos dinero y esfuerzo en el proceso de abonado y también en los riegos, y colaboramos al mismo tiempo en la preservación del medio natural evitando contaminaciones innecesarias.

Asimismo, gracias al área de I+D se han desarrollado estrategias de cultivo más acertadas y se han analizado todas las posibles afecciones mejorando los tratamientos que los agricultores debemos aplicar.

VF. ¿Cuáles son las ventajas que ofrecen estas variedades híbridas obtenidas en el campo de experiencias de la cooperativa?

SS. Las variedades tempranas, por lo general, tienen un calibre un poco menor, son menos costosas para la recolección principalmente por el clima y además

se pagan mucho más porque la oferta en el mercado es menor.

Así las cosas, la intención es alargar la campaña siempre buscando variedades más tempranas que se adelanten y que nos permitan un periodo más amplio para la comercialización.

Si encontramos una variedad tardía que ofrezca también buenas cualidades de producción y calidad no la podemos descartar, porque hay un mercado que aprecia el níspero y porque para los productores es importante alargar la campaña incluso con variedades más tardías. Lo importante es estar presentes en los mercados con fruta de calidad el periodo más amplio que permitan nuestros cultivos.

VF. En la producción de nísperos ¿hacia dónde van dirigidas las mejoras? ¿A obtener calibre, rendimientos y sabor?

SS. De nuestros padres aprendimos hace tiempo cómo cultivar los nísperos y mediante prácticas culturales como la poda del ramillete floral y los aclareos posteriores logramos frutos con calibre más grande. Pero nuestro reto siempre ha sido, es y seguirá siendo, la obtención de frutos buenos, saludables, de buen calibre y sobre todo de muy buen sabor, característico de las producciones de nuestra zona tradicional.

Queremos resaltar de manera especial este objetivo, porque pensamos que solo en nuestra zona se puede alcanzar esta calidad de nísperos y que el sabor de nuestros frutos es característico e inigualable por las condiciones de nuestras tierras, nuestras aguas y la profesionalidad de los agricultores de la cooperativa.

VF. ¿Qué retos se vislumbran en el futuro del níspero y de la cooperativa?

SS. Son muchas familias las que viven de su trabajo en la cooperativa. Más de 1.000 agricultores dependen de que funcionemos perfectamente y lo hagamos cada vez mejor: Es una labor conjunta: los agricultores cultivamos con esmero y recolectamos con mucho cuidado mientras que la cooperativa comercializa de manera profesional y de ello nos beneficiamos todos.

Yo solo puedo decir que es conocida nuestra labor y que todos respetamos el perfecto funcionamiento cooperativo. Estoy convencido de que es la mejor manera que tienen los agricultores de sacar adelante su producción y su economía.

Tenemos por delante muchos retos importantes para la agricultura en general y en particular para nuestros cultivos que, por estar ubicados en zona montañosa, lo necesitan especialmente: las mejoras e inversiones en las cubiertas de los bancales, las mejoras en la implantación de las nuevas variedades de las que somos obtentores y la mejora en la comercialización en nuevos mercados importantes para las frutas de calidad.

Desde la cooperativa apostamos por el futuro del níspero y tenemos el convencimiento de que esta fruta, que ya es conocida y apreciada, cada día lo será más por su sabor y sobre todo por las cualidades saludables que se le han comprobado tras diferentes investigaciones, y porque es la primera fruta natural recién recolectada de los árboles que llega a las mesas de los consumidores en la primavera, y quienes prueban nuestros nísperos, no dejan ya de consumirlos.

XAVIER ROSARIO / Rosario Louis SARL “Es necesario dar a conocer el níspero al consumidor francés”

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿A cuándo se remonta la relación de Louis Rosario con la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià?

Xavier Rosario. Esta relación se remonta a principios de los años sesenta cuando mi abuelo y un grupo de agricultores de Callosa impulsaron la constitución de la cooperativa Callosa d'En Sarrià. Mi abuelo junto con los socios de la cooperativa fueron pioneros en la comercialización del níspero en Francia e Italia. Con la construcción del mercado de Saint-Charles Internacional —en la década de los 80—, se produjo el gran despegue de la comercialización del níspero de Callosa en estos dos países, siempre con la firma Rosario como referente. Cincuenta años después aquí seguimos, la tercera generación de la familia Rosario apostando por esta fruta. Somos la empresa que trabaja en exclusiva la marca Ruchey para todo el mercado francés, un níspero de calidad certificada con el sello de la Denominación de Origen Níspero de Callosa d'en Sarrià.

VF. ¿Cómo definiría el consumo del níspero hoy día?

XR. Es un producto que a nivel de consumo en Francia ha ido a menos en los últimos años. Entre las razones podríamos apuntar el precio, al tratarse de un producto caro, y su limitado consumo concentrado en la población procedente de áreas del Mediterráneo. De hecho, para el consumidor francés, por ejemplo del norte del país, es un producto desconocido o que no le atrae. Es como si en España intentaras vender chufas en Vigo o Madrid.

Aquí también habría de destacar la competencia que en los últimos años han generado las producciones del sur de España y que han perjudicado comercialmente al níspero de Callosa d'en Sarrià.

VF. ¿Por qué?

XR. Hace ya años que al mercado francés llegan también nísperos de la zona de Andalucía (Málaga-Granada). Su campaña comienza antes que la de Callosa con variedades tipo 'americanas'. Pero estos nísperos, si bien son más precoces, no cuentan con un certificado de calidad como la DO de Callosa d'en Sarrià que garantiza una oferta con variedades específicas y parámetros cualitativos controlados y autenticados. Son nísperos que a primera vista atraen por su forma redondeada pero que luego decepcionan al paladar. En calidad gustativa no pueden competir con nuestra variedad Algerie, y al llegar antes estropean el mercado al decepcionar al consumidor que ya no vuelve a comprar por mucho que nuestros nísperos, que vienen después, puedan cumplir con sus expectativas de sabor. Esto supone un doble esfuerzo para

nosotros al tener que recuperar la confianza de los clientes y consumidores.

La buena noticia es que en los últimos tres años la producción en el sur de España está bajando. Se están arran-



Xavier Rosario, director comercial de Rosario. / RL

cando níspereros y plantando aguacates, que resultan más rentables. Esto supone el inicio de un nuevo ciclo comercial con menos competencia del sur y en el que nuestro níspero DO volverá a recuperar su posición en el mercado francés.

VF. ¿Cómo se podría promover el consumo en Francia?

XR. Llevamos años insistiendo a la cooperativa y a la propia DO de la necesidad de desarrollar acciones para dar a conocer el níspero de Callosa ya que la mitad de la población gala aún lo desconoce.

Por ejemplo, acciones como las que desarrolla la DO Kaki de la Ribera del Xúquer serían muy positivas: campañas dirigidas al cliente final con degustaciones en los puntos de venta, presencia activa en los medios de comunicación dando a conocer el producto, explicando cómo consumirlo, aportando ideas culinarias, haciendo hincapié en sus propiedades saludables...

Con Internet y las redes sociales se pueden poner en marcha un sinfín de iniciativas promocionales con un coste menor.

Nísperos

beneficios
para
tu salud

Contiene potasio que contribuye al funcionamiento normal de los músculos.

Frescos



Jugosos

Contiene vitamina C que contribuye al funcionamiento normal del sistema inmunitario.



www.nisperosruchey.com



Coop. Agrícola de Callosa d'En Sarrià, C.V. Partida Micleta s/n - 03510 Callosa d'En Sarrià Tel. 965 880 100 - Fax: 965 881 883

ESTEBAN SOLER / Responsable del Área de Producción y Calidad (I+D+i) de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià

“La mejora varietal ya es una realidad en nuestra comarca”

Esteban Soler demuestra verdadera pasión y constancia en su trabajo para mejorar el cultivo del níspero y las labores de los agricultores integrados en la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià. Ese esfuerzo ha dado sus frutos en muchos aspectos. Extraordinarios objetivos en beneficio de todo el sector del níspero como son la caracterización genómica de las diferentes variedades, la lucha sostenible contra las plagas, las hibridaciones para obtener nuevas variedades, la mejora y aquilatado del abonado, la optimización del riego o los polinizadores más eficaces.... Avances que han demostrado que aportan beneficios a la zona productora y una esperanza para el futuro de este cultivo tradicional.

Valencia Fruits. Como responsable técnico de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià ¿qué puede comentar de la presente campaña?

Esteban Soler. La campaña del níspero de este año viene con algunos días de retraso en la maduración respecto a campañas anteriores. Si tomamos como referencia las últimas campañas, esperamos el inicio de la maduración unos diez y doce días más tarde, pero con una calidad excelente, buen nivel de azúcar, con un sabor excepcional.

Agronómicamente, la presente temporada la podemos definir como normal en cuanto a producción, muy buena en cuanto a calidad organoléptica, con un sabor excelente desde el inicio de la campaña, porque el calibre y la maduración son buenos. La falta de lluvias y la consecuente falta de humedad, durante gran parte del periodo de cultivo han evitado los tratamientos fitosanitarios. Solo han hecho falta para llevar adelante la cosecha con la máxima calidad, los tratamientos naturales de prevención. La fruta tiene muy buen aspecto, muy buena consistencia y, lo más importante, mucho dulzor.

VF. En este inicio de la fase de recolección, ¿habrá problemas de falta de mano de obra?

ES. Hemos comprobado que la bolsa de trabajo abierta en la Cooperativa Callosa d'en Sarrià ha dado buen resultado con las incorporaciones de gente que trabajaba en la hostelería de la costa y tienen cerrados sus centros de trabajo y los estudiantes que han visto la oportunidad de obtener ingresos. Los que vienen de familia agricultora han vuelto a la casa a cultivar y lo hacen con mucha motivación e interés, que es necesario para tratar esta fruta. Con todo ello, no necesitaremos grupos de trabajadores de otros lugares.

Hay trabajos que se tienen que realizar con un poco más de preparación como es el envasado en tarrinas para las grandes superficies que los agricultores no pueden completar en sus almacenes, por las peculiaridades de ese envasado y por la codificación de cada envase. Se realizan desde la cooperativa en los almacenes que tiene habilitados al respecto y lo hacen con mucha profesionalidad.

VF. En el área de I+D, ¿cuáles son las acciones más destacadas que está llevando a cabo la cooperativa?

ES. La Cooperativa de Callosa d'en Sarrià ha apostado decididamente por la investigación que se traduce en un conjunto importante de proyectos que han contado con la colaboración y ayuda



Esteban Soler, responsable de I+D+i de la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià. / VF

“Hemos seleccionado cuatro variedades híbridas cuyos resultados ya contrastados plenamente van a suponer para la comarca una verdadera revolución del cultivo”

de las instituciones tanto la administración autonómica como los centros de investigación, y cuyos resultados están ofreciendo importantes beneficios a los agricultores y a la comercialización, por un lado aquilatando los costes y por otro mejorando las producciones en variedades más precoces y productivas.

Si tenemos que destacar alguna, esa es la línea de los híbridos en la que, después de muchos años de trabajo, al menos diez de todos ellos han mostrado unos resultados esperanzadores. De esas diez hemos seleccionado cuatro variedades cuyos resultados ya contrastados plenamente van a suponer para la comarca una ver-

“Este año la fruta tiene muy buen aspecto, muy buena consistencia y, lo más importante de todo, mucho dulzor”

dadera revolución del cultivo. Ya están en las explotaciones de los agricultores con resultados excelentes. Con ellas vamos a ampliar mucho el abanico de variedades tempranas de muchísima calidad y también alguna variedad tardía. Las más tempranas tienen muy buen comer y una respuesta agronómica excelente y las tardías tienen muy buen calibre de fruto y muy buen sabor.

Los híbridos se han obtenido con las variedades Amadeo, Cardona y variedades chinas que junto al Algerí han proporcionado como resultado esos híbridos.

Una vez testados y comprobada su respuesta agronómica se han implantado ya en las explotaciones de los socios de la cooperativa. Por fin estamos obteniendo los frutos de nuestra investigación realizada durante los últimos años.

Ahora es el momento ideal para que los agricultores que quieran renovar sus cultivos o reconvertir puedan comprobar en campo los resultados de nuestras investigaciones. ¡Qué mejor prueba para afrontar el futuro!

Respecto a las mejoras en el riego de nuestros cultivos tenemos que decir que la investigación está completada y que como resultado tenemos que concretar el riego con 24 goteros por árbol de dos litros hora, con lo que obtenemos una reducción del caudal y se optimiza el uso del agua de riego, obteniendo los mejores

resultados de vegetación y cosecha para los agricultores.

Damos a nuestros árboles, lo que necesitan en cada momento para que la cosecha sea la mejor en cantidad y calidad.

VF. Son muchos los proyectos que se han desarrollado con éxito, pero de entre todos ellos, además de las variedades híbridas, ¿cuál se debería destacar por las posibilidades de futuro que aporta para a la comarca?

ES. La obtención de dos árboles de nísperos triploides y dos tetraploides. Son árboles que por su cantidad de cromosomas, como las sandías sin semillas o las uvas apirenas, podrían tener como resultado un fruto de níspero sin hueso. De hecho, ya tenemos un árbol triploide que desde hace tres campañas fructifica y que observamos periódicamente para comprobar su desarrollo y la evolución de sus frutos sin semilla. Como en todas las investigaciones, tendremos que ser muy cautos y seguir su análisis de manera muy estricta.

Somos optimistas porque vamos cerrando procesos de investigación que aportan beneficios para nuestra cooperativa, los agricultores y la comarca. Vamos conociendo mejor el níspero en todos sus ámbitos.

VF. Pensando en el futuro, ¿considera que existen razones de peso para trabajar con ilusión y seguir desarrollando el níspero?

ES. Hemos avanzado mucho en la mejora del cultivo, en las modalidades de riego, en las estrategias de poda..., también hemos mejorado cambiando el paisaje de nuestra comarca, cubriendo las tierras de estructuras de mallas para proteger nuestra cosecha. Trabajamos desde hace años mejorando y seleccionando las variedades. Estoy convencido de que hay mucho futuro para esta producción de níspero porque quienes prueban esta fruta, difícilmente dejan de consumirla.

Hemos mejorado en muchísimos aspectos, pero lo que nunca podrá cambiar y es lo que nos diferencia de todas las demás producciones, es el carácter artesanal y la necesidad de este cultivo de un trato cuidadoso a sus frutos, algo, que a lo largo de los años hemos aprendido y forma parte de nuestra manera de ser.

Callosa d'en Sarrià y la comarca entera no seríamos lo que somos si no fuera por nuestros nísperos. Es precisamente por esta razón por lo que merece la pena seguir explorando nuevas mejoras, oportunidades, variedades híbridas...

Hemos avanzado mucho pero aún hay mucho por delante para experimentar a favor de nuestros agricultores y siempre contemplando todas las mejoras como una revolución varietal, basada en la tradicional Algerí y manteniendo, preservando y mejorando las condiciones organolépticas, sabor, imagen, calibre, productividad, precocidad y conservación. Esas son las claves de una mejora varietal, que hoy es ya una realidad en nuestra zona.



Tal como señala Esteban Soler: “ahora es el momento ideal para que los agricultores que quieren renovar sus cultivos reconvertir, puedan comprobar en campo los resultados de nuestras investigaciones”. / ARCHIVO

CRISTINA SANTACREU BARDISA / Productora de nísperos y secretaria comarcal de la Unió de Llauradors i Ramaders de la Marina Baixa

“Pertener a una cooperativa es una de las decisiones más importantes que toma un agricultor”

Agricultora profesional y titular de una explotación familiar, Cristina Santacreu recuerda con emoción cómo de pequeña dedicaba su tiempo libre a preparar las cajas para envasar los nísperos. Ahora, como Secretaria Comarcal de La Unió de Llauradors i Ramaders de la Marina Baixa, aúna la experiencia y tradición de sus padres con criterios y aprendizajes novedosos y nuevas estrategias de cultivo para llevar al mercado nísperos excelentes.

Valencia Fruits. ¿Cómo se presenta la temporada 2021?

Cristina Santacreu. Los frutos presentan un buen calibre y un nivel de dulzor excelente. La calidad de los nísperos es muy buena, con mucho sabor.

La cosecha llega con un poco de retraso en algunas zonas respecto a las campañas pasadas. Esperamos que el tiempo acompañe con fresco de las noches y no mucho calor por el día para sacar la cosecha en las mejores condiciones.

En cuanto al comportamiento de los mercados, esperamos que la comercialización fluya adecuadamente sin atascos y que los consumidores puedan disfrutar de esta buena campaña.

Hemos sabido posicionar el níspero en los mercados de los países miembros de la UE y en mercados más lejanos, gracias a la excelencia que alcanza nuestro fruto por presencia, envasado, calibres y sabor. Sin embargo, echamos en falta al mercado ruso. Los agricultores, tanto de nísperos como de otros cultivos, estamos sufriendo problemas que no son responsabilidad nuestra, son conflictos políticos que no deberían afectarnos. Por eso, desde La Unió, estamos convencidos de que se deberían realizar las gestiones oportunas para que se reabra el mercado ruso.

VF. ¿Cuál ha sido su trayectoria como agricultora?

CS. La agricultura ha estado siempre presente en mi vida. Llevo muchos años

como profesional agrícola, soy titular de una explotación familiar y estoy casada con un agricultor profesional. Además, ambos estamos integrados en la Cooperativa de Callosa d'en Sarrià. Creo que pertenecer a una cooperativa es una de las decisiones más importantes que toma un agricultor. En nuestro caso, el movimiento cooperativo en la comarca de la Marina Baixa está muy bien representado y funciona con eficacia en la defensa de los intereses económicos de los agricultores.

VF. ¿Qué nos puede contar sobre la actividad del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Níspero de Callosa d'en Sarrià?

CS. Conseguir la Denomi-

nación de Origen es uno de los logros más importantes para nuestra producción de nísperos. Los agricultores de nuestra comarca sabemos que, cuidando y exigiendo la máxima calidad desde el cultivo hasta la comercialización, podemos garantizar un níspero con una calidad excelente. El comportamiento de los consumidores también nos ha dado la razón, pues quieren frutas naturales, sabrosas y con contenidos saludables. Y nosotros ofrecemos eso con total garantía avalada por nuestro Consejo Regulador.

Los agricultores tenemos un control muy estricto a la hora de cultivar, envasar y comercializar nuestros nísperos. Gracias a los controles de calidad optamos a la excelencia. Además, si la calidad de los nísperos es excelente los consumidores volverán a comprarlos, y por tanto, la demanda en el mercado aumenta. Por eso tenemos muy claro que los estrictos controles nos benefician a todos. Por otra parte, el consejo regulador promueve el consumo de los nísperos amparados bajo la Denominación de Origen.

A causa de la pandemia y de la escasez de recursos, nos hemos visto obligados a idear formas ingeniosas de promoción, y

lo mismo con el proceso de envasado, el control de calidad en los almacenes y la comunicación entre los socios y la propia cooperativa. Hemos vivido una digitalización muy intensa en todos los ámbitos. Además, en

el tema de la promoción hemos descubierto que las redes sociales ofrecen un canal muy ágil y directo para realizar la promoción y llegar a más consumidores. Tenemos la esperanza de que estos avances en la informatización de nuestro ámbito y en el acceso a los mercados y consumidores vaya en aumento en las próximas campañas.

VF. ¿Qué podemos decir de los costes de producción?

CS. Nuestros costes de producción son muy elevados. El correspondiente a la obra para casi el 80%, pues hay que desbrozar, triturar, realizar el primer aclareo de los ramilletes de flor, otro aclareo con los frutos ya cuajados, realizar algún tratamiento y la recolección



Cristina Santacreu opina que, “el movimiento cooperativo en la comarca de la Marina Baixa está muy bien representado y funciona con eficacia en la defensa de los intereses económicos de los agricultores”. / ARCHIVO

con manos especializadas que respeten la fragilidad de esta fruta. En cuanto al envasado, que se realiza en nuestros almacenes, también se necesitan manos expertas que realicen de manera adecuada el calibrado de los frutos para que su clasificación a la entrada en la cooperativa sea adecuada y no haya disconformidades.

El alto coste de la mano de obra especializada —y en general de los costes de producción— justifica las reivindicaciones fiscales que llevamos años realizando, para exigir a los Ministerios de Agricultura y al de Economía y Hacienda que se respeten unos coeficientes o módulos más bajos. Pero no de manera circunstancial, sino de manera permanente.

Desde la organización agraria hemos elaborado informes muy bien argumentados que las administraciones deberían contemplar a la hora de adecuar las imposiciones fiscales a la realidad de nuestra producción.

Otra de las reivindicaciones es referente a los precios de nuestras cosechas. Salvo el espejismo del inicio de la campaña pasada en que todos los precios remontaron, la realidad que vivimos es que los precios que se pagan al agricultor no cubren los costes de producción ni ofrecen ningún margen digno de beneficio. Además, queremos

destacar que esto no solo compete a los cultivos de nísperos, también lo hemos visto en producciones de cítricos y diferentes hortalizas.

VF. ¿Qué otros aspectos destacaría del níspero?

CS. La primavera es la mejor época para disfrutar de esta extraordinaria fruta. El níspero destaca por su sabor único, exclusivo y diferenciado, con un dulzor y un punto ácido que le confiere a nuestro paladar sutilezas y sensaciones sublimes. Además, es una fruta única y verdaderamente saludable por su contenido en minerales y provitaminas, y por la gran cantidad de hierro, fósforo, potasio y cobre.

Los valles del Algar-Guadalest componen la comarca productora por excelencia y por tradición del níspero. La primera a nivel mundial por su comercialización y exportación y la segunda por su volumen de producción.

Los productores de níspero conjugan la tradición secular y el mantenimiento de todo lo aprendido por nuestros mayores con las nuevas técnicas de cultivo para obtener una cosecha más atractiva y saludable. Además, somos el único país donde se ha amparado esta fruta con una denominación de origen y donde estamos desarrollando una investigación y experimentación de variedades híbridas al más alto nivel, con unos resultados ya registrados e implantados en nuestras parcelas.

Por otra parte la presencia de la mujer es bastante amplia y nuestro compromiso se concreta en mejorar las condiciones para la incorporación a la titularidad de las tierras y para fomentar nuestra presencia en los órganos de dirección de todos los colectivos. El futuro del níspero será mejor si conseguimos equiparar la presencia y responsabilidades de mujeres y hombres, todos juntos.

rosario
TU CASA EN FRANCIA

Desde 1947

PERPIGNAN - FRANCE
Tel.: +33 (0) 468 68 33 11
louisrosario.com
xavier@louisrosario.com

IMPORTATION - EXPORTATION

WENCESLAO FERRANDO PÉREZ / Presidente de la DO Nísperos de Callosa d'en Sarrià

“Proteger la marca de calidad Nísperos de Callosa d'en Sarrià es nuestra razón de ser”

Con las ideas muy claras para la defensa de la reputación y el prestigio de esta producción singular, Wenceslao Ferrando no duda en señalar que la principal labor del Consejo Regulador es la garantía de excelencia, calidad y origen de los nísperos amparados por la DO que preside. A pesar de las limitaciones presupuestarias, la DO apuesta por una promoción orientada a destacar las extraordinarias cualidades saludables del níspero en las redes sociales, que se han evidenciado como un medio muy fértil y directo a la hora de promocionar el consumo y las propiedades de esta fruta singular.

Valencia Fruits. ¿Qué primeros datos puede avanzar la DO de la presente campaña de nísperos?

Wenceslao Ferrando. Iniciamos una nueva campaña marcada por la incertidumbre a causa de la pandemia. La temporada pasada ya generó un problema, además del sanitario. Para nuestro sector supuso enfrentarnos a problemas en el transporte, con una serie de nuevos y estrictos protocolos de salubridad desconocidos hasta entonces, la falta de trabajadores por los confinamientos y el canal Horeca cerrado, que es un fiel consumidor de calidades específicas.

La presente campaña pensamos que será similar a la anterior en cuanto a volúmenes. Nos llega con unos días de retraso respecto a ejercicios anteriores. Ya estamos cogiendo nísperos pero todavía nos encontramos en los inicios, y hasta dentro de unos días no empezaremos a recolectar volúmenes significativos.

Los árboles producen nísperos de calidad porque los agricultores tienen una sabiduría heredada y los cultivan en una comarca idónea. Los árboles no saben nada de coronavirus. Somos los agricultores los que tenemos que adaptarnos a estas nuevas circunstancias y yo diría que lo hemos hecho bastante bien. Esperamos una campaña normal en cuanto al volumen de producción se refiere, y excelente cuando nos referimos a la calidad de nuestros frutos.

Desde hace algunos años va aumentando la superficie de cultivo cubierta de estructuras de malla lo que protege la producción principalmente del viento y el pedrisco. Las producciones bajo malla son abundantes, de muy buena calidad y sobre todo de muy buen calibre de frutos.

Esperamos tener una buena cosecha, que los precios en el mercado, ahora que dicen que estamos superando la crisis en la que se escudaban, resulten adecuados, y que el agricultor perciba un precio justo que le compense de todos los esfuerzos que le comporta cada campaña. Tenemos una fruta singular, de excelente sabor y apreciada por el consumidor. Nuestra tarea es darla a conocer, tanto en los diferentes países, como en nuestro mercado nacional.

Destacar que todo el sector está aplicando, desde la campaña anterior, las medidas decretadas para la prevención de la COVID-19 tanto en la recolección, el envasado como en la comercialización. Medidas que se refieren a la protección de los trabajadores para evitar todo contagio y



La sello de la denominación de origen es la carta de presentación y la garantía de calidad ante el consumidor./ DO

de la propia fruta que tratamos con medidas especiales de salubridad en todo el proceso.

VF. ¿Cuáles son objetivos marcados respecto de la protección y la certificación de calidad en esta campaña?

WF. Proteger la Marca de Calidad Nísperos de Callosa d'en Sarrià es nuestra razón de ser. Ningún productor puede utilizarla si no está inscrito y en el caso de los almacenes, exactamente igual. Somos una entidad de derecho público que rendimos cuentas ante la Consejería de Agricultura y tenemos autonomía de funcionamiento pero bajo la tutela de la administración. Defendemos la marca para que el consumidor tenga plena garantía de la calidad y la procedencia, y evitamos que otros puedan utilizarla mal.

Los agricultores de esta comarca llevan muchos años totalmente comprometidos con la defensa de su producción y son ellos mismos los que desde entonces cuidan y protegen la calidad de sus producciones. La DO ha amparado unas prácticas culturales en el campo, unas variedades y un saber hacer, que son garantía de futuro. La reputación y el prestigio de los nísperos se lo ganaron a pulso los agricultores que de padres a hijos han transmitido su sabiduría. Desde el consejo regulador nos esmeramos para que nadie pueda utilizar mal el origen y defraudar con la calidad.

Estamos convencidos de que el control de calidad se tiene que llevar al cien por cien por todos los que participamos en el proceso de producción, envasado y comercialización, y alcanzar el máximo nivel de excelencia posible, de tal manera que tanto el eslabón comercial como el consumidor tengan absoluta seguridad en todo lo que certificamos.

“Los agricultores de la zona trabajamos desde hace muchos años con criterios muy claros de calidad, de seguridad alimentaria y de trazabilidad”

“Ante la imposibilidad de acudir a ferias y eventos de promoción, descubrimos que las redes sociales son realmente útiles para la promoción”

La ISO/IEC 17065:2012 establece un compromiso de calidad, independencia, imparcialidad, integridad y confidencialidad del proceso de certificación. Es una norma con validez internacional, que concreta los criterios generales para los organismos de certificación y genera confianza en las marcas de calidad. Define mejor los criterios de imparcialidad, establece los mecanismos para salvaguardarla y exige un compromiso entre cliente y certificador como garantía del proceso.

Los agricultores de la zona trabajamos desde hace muchos años con criterios muy claros de calidad, de seguridad alimentaria y de trazabilidad.

VF. ¿Cuáles son las funciones principales del Consejo Regulador?

WF. La DO, por su alto nivel de exigencia, es la carta de presentación de nuestra fruta excelente y succulenta, y la garantía ante el consumidor de que tiene lo mejor de los nísperos de nuestra comarca. El futuro lo tenemos que ganar manteniendo esos niveles exigentes de calidad a fin de que los consumidores los aprecien porque les ofrecemos

unos nísperos extraordinarios, cultivados en la zona tradicional con un sistema de cultivo absolutamente artesanal y eso junto con sus contenidos nutricionales hace de nuestra producción un alimento excepcional y una fruta sana que aporta muchos beneficios a los consumidores.

Precisamente ahora son más necesarias frutas de alto contenido en vitaminas y minerales, precursores de los antioxidantes que fortalecen nuestro organismo. El consumo de fruta fresca mejora considerablemente las defensas y ayuda a mantener nuestra salud. Hay estudios realizados que nos indican que los nísperos por su alto contenido en minerales, vitamina A, taninos polifenólicos y otros elementos nutritivos son excepcionalmente beneficiosos para nuestra salud y bienestar. Nuestro mensaje es que tenemos unas de las frutas más tempranas cuyo consumo aporta beneficios para la salud por sus cualidades. El níspero, la primera fruta de la primavera, viene ahora, en esta época del año, por algo, no puede ser casualidad.

Otra de las funciones es la vigilancia de que nadie use de forma inapropiada la marca y la imagen de nuestro níspero.

La promoción es otra de las actividades clave de la DO. En este apartado, durante el pasado año, ante la imposibilidad de acudir a ferias y eventos de promoción, descubrimos que las redes sociales son realmente útiles. Publicamos en las redes, realizamos algunos sorteos y contamos con influencers consumiendo y cocinando con nuestros nísperos, con resultados realmente buenos en Madrid y Barcelona. Nos sorprendió la demanda en los supermercados y en los mercados de cercanía. Tratamos de dinamizar el conocimiento y el consumo, difundiendo las cualidades de nuestros nísperos y los beneficios saludables. Después de los buenos resultados obtenidos, en la presente campaña vamos a potenciar mucho más nuestra presencia en las redes sociales.

VF. ¿Qué peso tendrá un aspecto tan importante como la sostenibilidad y el respeto medioambiental en las acciones de la DO?

WF. Tenemos que ofertar nuestra fruta como algo único, producido en una zona muy limitada geográficamente que nos proporciona una fruta excepcional. El níspero se aclimató en nuestra comarca hace siglos y desde entonces lo hemos desarrollado y mejorado para ofrecerlo al mundo. Creemos que tiene futuro y para ello trabajamos y mejoramos cada campaña.

Trataremos de fomentar que los almacenes, al igual que se certifican en los diferentes protocolos de calidad y se inscriben en el censo de almacenes del consejo regulador, se certifiquen también en el protocolo de la huella de carbono, que establece ante los consumidores cual es el nivel de contaminación en todo el proceso. Cada vez se hace más necesario implementar políticas responsables con el medio ambiente. Nuestro coste energético es muy bajo y estamos cumpliendo con la cercanía a los centros logísticos de envasado y comercialización, con la limitación en el uso de recursos naturales como el agua, cuyo sistema de riego tradicional por azudes y por gravedad en casi todos los bancales hace que el compromiso con una menor huella de carbono sea eficaz y nos satisface cumplirlo.

VF. También hay otros temas que preocupan a los productores y de los que el consejo regulador se hace eco. ¿Cuáles son esos temas?

WF. Hay algunos temas generales que afectan a todos los productores que nos preocupan especialmente. Reclamamos la reducción del módulo fiscal de manera permanente, a un nivel que sea asumible por los agricultores, ya que al ser todas las labores manuales, los costes de producción son muy elevados. Hacienda contempla un 37% sobre el rendimiento del agricultor pero basándose en unos costes de cultivo menores de los reales, por tanto sobre un margen de beneficio excesivo respecto de la realidad. Además hay que tener en cuenta que el agricultor envasa en la misma explotación y lleva su producción a la cooperativa o al almacén ya envasado. Es decir, que en el monto que percibe hay que incluir los costes de producción y de envasado, y al final los rendimientos como beneficio que le llegan son menores, por lo que no deberían estar gravados con ese porcentaje tan elevado.