DECCO®
Naturally Postharvest
www.deccoiberica.es

30 FEDEMCO ANIVERSARIO 1991-2021
FEDEMCO®
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL ENVASE DE MADERA Y SUS COMPONENTES
www.fedemco.com

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS
Más información en la página 5

valencia fruits

25 de mayo 2021 • Número 2.939 • Año LIX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962

Agricultores y regantes se desplazaron desde Murcia, Alicante y Almería para iniciar una marcha desde Ifema hasta el ministerio de Transición Ecológica. / PROEXPORT

"Sin el trasvase: desierto y paro"

Multitudinaria manifestación en Madrid contra los recortes del trasvase Tajo-Segura

RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

'En el Levante, sin el trasvase, desierto y paro', este es el lema de la manifestación convocada en Madrid este lunes 24 de mayo por el Círculo por el Agua, formado por las mesas sectoriales en materia de agua de las provincias de Alicante, Almería y Murcia, y el Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura (SCRATS) contra los recortes del trasvase Tajo-Segura anunciados por el ministerio de Transición Ecológica.

La manifestación, en la que también se veía el lema: "Si nos quitan el agua, nos quitan el pan", tenía dos puntos estratégicos en la capital: Ifema y el ministerio de Transición Ecológica. Agricultores y regantes se desplazaron desde Murcia, Alicante y Almería con coches, camiones y tractores para iniciar una marcha desde la institución ferial hasta el Ministerio. Sin embargo, la policía solo ha permitido la salida de 15 camiones, generando el malestar entre los que se habían desplazado en un viaje iniciado de madrugada.

A las puertas del ministerio de Transición Ecológica la situación no era mejor puesto que los representantes de los regantes denunciaban que "Nos están tratando como a delincuentes. Estamos a la puerta del Ministerio esperando a que nos reciba la ministra. En vez de recibirnos ella nos está recibiendo la policía nacional y la guardia civil".

Proexport, Fepex y organizaciones agrarias de las tres provincias afectadas por la amenaza de recortes en el trasvase se han sumado a los regantes hasta conseguir que miles de manifestantes arrancaran en una marcha en la que también han estado presentes representantes al máximo nivel de los gobiernos autonómicos murciano (presidente y consejero) y valenciano (consellera y secretario autonómico). También ha mostrado su apoyo en redes de la consejera andaluza.

Más información en pág.9

COPALMA
Los plátanos de Canarias
"CON LA MEJOR AGUA"

Esta semana

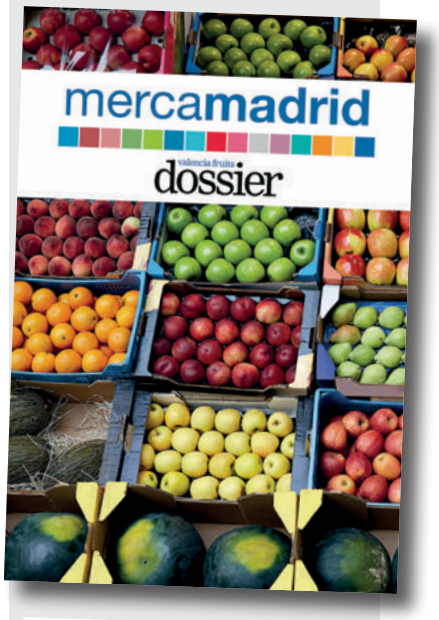
3 El volumen exportado desciende un 3,5% en el primer trimestre

6 Artículo de opinión de Inmaculada Sanfeliu: Lo que esconde el discurso hegemónico del "beneficio" del Acuerdo UE-Mercosur

MAF RODA
AGROBOTIC
Visionary engineering
www.maf-roda.com

8 Las importaciones de países terceros hunden la temporada de cebolla española

10 Ensayan en la Comunitat Valenciana provocar una epidemia en la Ceratitis capitata a través de hongos



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

PAMPOLS
PACKAGING INTEGRAL
Profesionales del packaging
900 401 777
www.pampols.es
BRCGS Storage and Distribution CERTIFICATED
BRCGS Agents and Brokers CERTIFICATED

ÍNDICE

Agrocomercio: 3
Agrocultivos: 9
Agrocotizaciones: 13
Noticias de empresas: 18

FOMESA FRUITECH
Your postharvest partner since 1955
Excelencia en productos postcosecha
Camí del Racó, 42 · Pol. Ind. Norte
46469 Beniparrell · Valencia (España)
T. +34 96 121 18 62
F. +34 96 121 41 13
info@fomesafruitech.net
www.fomesafruitech.net

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 ORONOZ
■ 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: IMPRICAV

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6
46005 Valencia
Tel.: 96 352 53 01
www.valenciafruits.com
info@valenciafruits.com

Empresa Asociada:

frutas y hortalizas frescas 5 al día

TribunaAbierta

Macrocumbre europea de la PAC

Por GONZALO GAYO

Llegada a la meta de la PAC. Los días 26 y 27 de mayo, en Bruselas, se celebra la decisiva cumbre del Consejo de Ministros de Agricultura de la Unión Europea que culminará con la aprobación definitiva de los 3 reglamentos que conforman el paquete legislativo de la futura PAC (planes estratégicos, horizontal —financiación— y el relativo a la organización común del mercado agrícola). En sus propuestas, la Comisión establece una nueva "arquitectura verde" para la PAC, que contempla requisitos más estrictos de carácter obligatorio y mayores oportunidades de financiación para las explotaciones ecológicas.

La presidencia portuguesa hará coincidir este consejo con reuniones a tres bandas entre Consejo, Comisión y Parlamento europeos para concluir los últimos temas pendientes y llegar a un acuerdo el 28 de mayo tras un largo periodo de diálogo y negociaciones.

El 1 de junio de 2018 la Comisión Europea presentó sus propuestas legislativas sobre la Política Agrícola Común (PAC) durante el periodo 2021-2027. Debido a las negociaciones hasta la fecha entre el Parlamento Europeo y el Consejo de la UE, la fecha provisional de inicio de la reforma propuesta de la PAC se ha retrasado hasta el 1 de enero de 2023 tras el esperado acuerdo que se alcanzará esta semana y la puesta en marcha de un Reglamento de transición para los años 2021 y 2022.

Las propuestas de la Comisión Europea para el futuro de la PAC pretenden que la política agrícola de la UE responda mejor a los retos actuales y futuros, sin dejar de apoyar las necesidades reales de los agricultores europeos. Desde Bruselas señalan que la Comisión aspira a que la PAC siga ofreciendo un sólido apoyo a la agricultora europea, garantizando la prosperidad de las zonas rurales y la producción de alimentos de alta calidad para los años venideros.

En los prolegómenos de esta macrocumbre agrícola europea, desde Bruselas señalan que la nueva PAC potencia y reconoce la figura de los agricultores, a los que califica como "proveedores de bienes públicos esenciales, son el alma de las comunidades rurales europeas".

La futura PAC que está a punto de nacer propone ayudar a las nuevas generaciones de agricultores a incorporarse a la profesión, fomentando la transferencia intergeneracional de conocimientos y mejorando el acceso a la tierra por parte de las personas jóvenes, promover el empleo, el crecimiento, la inclusión social y el desarrollo local en las zonas rurales, fomentando la bioeconomía y la silvicultura sostenible.

El precio de la cebolla por los suelos. / GONZALO GAYO.

La PAC recibirá una aportación histórica de recursos, en los que se incluye financiación de Next Generation UE. Sobre la asignación de fondos para el periodo 2021-2027 con cargo al presupuesto a largo plazo de la UE, la PAC contará con un Fondo Europeo Agrícola de Garantía (FEAGA) fijado en 291.100 millones de euros (a precios corrientes) y un Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader), que incluye la financiación del instrumento Next Generation EU, que ascenderá a 95.500 millones de euros.

Cada país colaborará con la Comisión, mantendrá consultas con expertos y partes interesadas y someterá sus necesidades específicas a un análisis amplio de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO). Así se trazarán las líneas maestras de la financiación de la PAC y se dirigirá hacia metas concretas y estas contribuirán a los objetivos generales de la UE. Los planes estratégicos se remitirán a la Comisión Europea para que esta los evalúe y apruebe antes de su aplicación. Además, los países de la UE presentarán un informe anual de rendimiento en el que se recogerán los avances hacia los objetivos fijados.

Entre los objetivos prioritarios figuran también aspectos como la preservación de los suelos mediante requisitos de protección de los humedales ricos en carbono y de rotación de cultivos, una herramienta obligatoria de gestión de nutrientes, diseñada para ayudar a los agricultores a mejorar la calidad del agua y a reducir los niveles de amoniaco y óxido nitroso en sus explotaciones. Habrá una nueva fuente de financiación de "regímenes ecológicos", con cargo al presupuesto de pagos directos de la PAC, que servirá de apoyo e incentivo para que los agricultores adopten prácticas agrícolas beneficiosas para el clima, la biodiversidad y el medio ambiente.

La PAC situará a la agricultura entre los elementos nucleares del Pacto Verde Europeo, así como de las ambiciosas estrategias sobre biodiversidad y "de la granja a la mesa" adoptadas por la UE.

Por su parte la Dirección General de Política Agraria Común, (PAC) de la Generalitat ha informado que las ayudas de la PAC correspondientes a la solicitud única 2021 supondrán más de 110 millones de euros para el sector agrario de la Comunitat Valenciana. Un total de 45.582 agricultores y ganaderos de la Comunitat Valenciana han presentado la solicitud única, una cifra que representa el 96% del total de las solicitudes tramitadas durante el pasado año 2020.

Mientras se debate esta semana el futuro de la agricultura en Europa, los agricultores valencianos denuncia la ruina de la de la campaña de la patata y la cebolla. La introducción de importaciones de Nueva Zelanda está siendo utilizada por las compañías comercializadoras como pretexto para presionar los precios a la baja de la producción autóctona. Las últimas cotizaciones que se manejan en la huerta han caído hasta los 10 céntimos de euro por kilo, una cantidad ruinosa muy lejos de los costes de producción —en torno a los 0,20 euros/kg— que llevaría a muchos agricultores a destruir sus cosechas. El presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, apela "a la responsabilidad de la gran distribución y de los consumidores para primar el producto de proximidad a precios justos en lugar de sustituirlo por importaciones con una gran huella de carbono venidas desde países de ultramar, en algunos casos como Nueva Zelanda. Esperemos más coherencia de la UE a la hora de proteger a la agricultura europea con hechos que permitan a los agricultores vivir dignamente de su trabajo".

LA PLANTA BAJA — LUISFU

Agrocomercio

El volumen exportado desciende un 3,5% en el primer trimestre

La facturación registra un crecimiento del 3% alcanzando una cifra de 4.656 millones de euros

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La exportación española de frutas y hortalizas frescas en el primer trimestre de este año se ha situado en 3,7 millones de toneladas, un 3,5% menos que en el mismo periodo de 2020. Sin embargo, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, la facturación registró un crecimiento del 3% alcanzando una cifra de 4.656 millones de euros. En este mismo periodo, la importación mantiene la evolución positiva, con un 7% de crecimiento, tanto en volumen como en valor, situándose en 961.122 toneladas y 887 millones de euros.

El descenso del volumen exportado durante el primer trimestre de 2021 se ha reflejado en las hortalizas, con 2 millones de toneladas y una caída del 2%, aunque ha sido más notable en las frutas, con un 5% menos y 1,7 millones de toneladas.

En hortalizas destaca el retroceso del tomate, con 292.334 toneladas, un 11% menos, y el pepino con 235.251 toneladas (–11%), mientras que en frutas descienden los volúmenes de los productos más exportados en el periodo analizado como la naranja o la fresa con 120.456 toneladas (–9%). En valor, la exportación creció en hortalizas, un 5% más y 2.455 millones de euros, mientras que en frutas se estabilizó, con un ligero incremento del 0,4% y 2.201 millones de euros.

En el primer trimestre del año, Andalucía fue la comunidad autónoma más exportadora, con 1,3 millones de toneladas, un 7% menos que en el mismo periodo del año anterior, por un valor de 2.080 millones de euros, la misma cifra que en el primer trimestre de 2020. Le sigue la Comunitat Valenciana con 1,2 millones de toneladas (–1%) y 1.374 millones de euros (+8%) y Murcia, con 671.305 toneladas (–8%) y 716 millones de euros (–5%).

En cuanto a los países de destino, la UE-27, sin Reino Unido, es la receptora del 82% de las frutas y hortalizas españolas, con 3,1 millones de toneladas, por un valor de 3.688 millones de euros. Las ventas fuera de la UE se situaron en 686.349 toneladas, siendo Reino Unido el principal mercado con 461.669 toneladas. La exportación fuera de Europa se mantiene en volúmenes muy reducidos con 114.678 toneladas, un 25% menos.

La importación en el primer trimestre creció un 7% en volumen y en valor, situándose en 961.122 toneladas y 887 millones de euros. Las compras de hortalizas totalizaron 499.494 toneladas (+2%) por un valor de 273 millones de euros (–4,5%), con la patata representando el 62% de las compras y 306.134 toneladas (–2%) y 80 millones de euros (22%).

El comercio de frutas y hortalizas retrocede en el primer cuatrimestre de 2021. / ARCHIVO

El descenso en el volumen de exportación ha sido más notable en las frutas, con una caída del 5% y un total de 1,7 millones de toneladas enviadas al exterior

MARRUECOS

Las estadísticas de comercio exterior del primer trimestre evidencian el retroceso del volumen de las ventas españolas, que se inició en 2020, mientras que se mantiene la evolución positiva de la importación, tanto en volumen como en valor. Según Fepex es destacable la consolidación de Marruecos como primer proveedor del mercado español, con 304 millones de euros en el primer trimestre, lo que supone un incremento del 5%.

En este sentido, el grupo de contacto hispano-franco-italiano-portugués, en su reunión de la semana pasada, constató que el fuerte y continuado crecimiento de las importaciones procedentes de Marruecos es una de las principales amenazas del sector comunitario, mientras que la superficie y la producción en la UE se reduce.

En la reunión, sin participación portuguesa, se hizo un seguimiento y valoración de las concesiones establecidas en el marco del Acuerdo de Asociación entre la UE y Marruecos. Fepex expuso que no se está respetando el Acuerdo, por ejemplo, en lo relativo a la cláusula de cooperación o en las medidas de salvaguardia.

La cláusula de cooperación establece que las ventajas otorgadas a Marruecos para la exportación de tomate en el marco de Acuerdo de Asociación se hacen con el fin de mantener el nivel de las exportaciones marroquíes tradicionales a la UE. No obstante, la corriente tradicional de exportaciones de tomate marroquí cuando se firmó el Acuerdo en 2011 era de 332.231 toneladas (según la medida de 2009 a 2011) y en 2020 las exportaciones de tomate marroquí a la UE se elevaron a 518.190 toneladas (incluido Reino Unido), lo que representa un fuerte incremento.

Respecto a la medida de salvaguardia, recogida en el artículo 7, establece que si las importaciones objeto de las concesiones producen perturbaciones graves en los mercados u ocasionan un perjuicio grave al sector productivo, la parte importadora podrá adoptar las medidas que considere necesarias, sin que la parte importadora, en este caso la Comisión Europea, haya adoptado aún esta medida.

En la reunión se valoró también la campaña comunitaria de tomate de 2020, constatándose un descenso de la superficie y la producción en los tres países. Italia incidió también en los bajos precios de la campaña de verano de 2020 que no superaron los 50/60 céntimos por kilo. En cuanto a la campaña actual de 2021, en España, y con datos de enero a marzo, la exportación de tomate se redujo un 12% y el valor un 1%, totalizando 292.334 toneladas y 409 millones de euros. En Francia, sin embargo, se espera que la producción de este año mejore respecto a 2020.

La reducción de la superficie y producción de tomate en la UE está recogida también en el Informe de Perspectivas Agrícolas 2020-2030 de la Comisión Europea de diciembre de 2020, en el que se explica que en 2030 la producción de tomate comunitaria ascenderá a 6,2 millones de toneladas, un 4% menos que en 2019, y este descenso se deberá principalmente a la competencia de Marruecos y a la fuerte reducción de la producción española.

El grupo de contacto hispano-franco-italiano-portugués analizó también las obligaciones derivadas de la futura aplicación de la Estrategia de la Granja a la Mesa constatando la falta de medidas para implementar los importantes desafíos que plantea.

El tomate almeriense

Según los cálculos de Asaja, Almería cuenta actualmente con un 16% menos de hectáreas de tomate de invernadero que hace 9 años, en total casi 2.000 hectáreas de producción menos. Desde la organización agraria señalan que la falta de rentabilidad en este cultivo y la imposibilidad de hacer frente a la competencia de países terceros, entre ellos y especialmente Marruecos, ha puesto muy difícil a los agricultores aguantar con una producción cuyo coste se ha incrementado un 13% aproximadamente en estos 9 años. Y todo eso a pesar de ser un producto "protegido" en el Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y dicho país.

Hace ya 9 años que la Unión Europea ratificaba el Acuerdo comercial con Marruecos. En su momento, el sector ya advirtió de las consecuencias y las pérdidas que iba a generar este pacto tal y como estaba planteado, pues ya por entonces las denuncias de posible fraude, de falta de control en los aranceles, de cupos sobrepasados…eran constantes. "Hoy día lamentablemente seguimos igual. La sensación de indefensión de los agricultores es total, ante este y el resto de los acuerdos comerciales, porque Europa sigue sin querer oírnos", señala desde Asaja-Almería su presidente, Antonio Navarro.

La organización denuncia que las diferentes Administraciones se lavan las manos y miran hacia otro lado, y a pesar de las reiteradas denuncias del sector no se toman medidas. Y las consecuencias son claras.

Solo en la provincia de Almería se ha perdido más de un 16% de la superficie de invernadero de uno de los productos sensibles, el tomate, que incluso ha desaparecido casi totalmente también al aire libre en el Levante. ■

A 22 MAYO

Exportados 416.570.230 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2020/2021, a 22 de mayo, se han enviado a países terceros, en exportación (416.213.893) y reexportación (356.337), un total de 416.570.230 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2019/2020, a 23 de mayo de 2020, lo exportado eran 237.090.740 kilos.

	Campaña 20/21		Campaña 19/20	
Países de destino (Kg):	**Export.**	**Reexport.**	**Export.**	**Reexport.**
Albania			5.400	
Andorra	424.645	1.294	611.736	
Angola			99.555	
Arabia Saudita	22.324.097		12.615.893	
Argentina	2.745.913		621.629	
Armenia	18.183		59.315	
Australia	258.153		335.656	
Bahrain	347.500		192.810	
Bangladesh			39.842	
Bielorrusia	4.438.468		2.489.909	
Bosnia-Hercegovina	63.699		446.316	
Botsuana	22.880			
Brasil	19.051.997		22.890.408	
Bulgaria	210			
Burkina Faso	34.673		36.600	
Cabo Verde	92.903		323.403	73.901
Camerún			7.046	
Canadá	53.288.220	22.950	49.373.874	
Chad			21.840	
China	1.397.014		9.146.729	
Colombia	605.824		513.148	
Congo (República)	22.434		14.676	
Corea del Sur	404.334		241.358	
Costa de Marfil	129.302	4.787	115.954	2.592
Costa Rica	1.565.170		1.168.344	
Curaçao	453.106		380.430	
Djibouti			11.160	
El Salvador	217.101		105.420	
Emiratos Árabes Unid	12.720.497	300	9.980.496	100
Estados Unidos	310.071		922.250	
Gabón	388.576		66.066	4.738
Georgia	42.042			
Ghana	135.740		44.969	
Gibraltar	316.075	12.059	292.878	10.108
Gran Bretaña	175.801.919	3.630		
Guatemala	202.043		168.840	
Guinea	42.675	3.540	1.981	1.439
Guinea Ecuatorial	359.617	37.358	355.506	58.952
Honduras	180.205		110.232	
Hong-Kong	89.010		134.619	
India	1.388		1.086	
Islandia	540.440		448.440	
Jordania	118.738		43.606	22.680
Kazajistán	79.630		139.673	
Kenia	41.600			
Kuwait	744.154		559.042	
Macedonia	131.053		165.969	
Malasia	1.357.981		1.955.179	
Maldivas	10		2.613	
Mali	150.791	14.361	70.873	16.909
Marruecos	389	84	364	120
Mauricio			23.625	
Mauritania	54.364	1.469	3.897	3.625
Moldavia	1.097.795	19.613	1.714.974	5.207
Montenegro			40.652	
Nigeria	74.370		91.578	
Noruega	40.216.709		37.107.693	13.440
Omán	1.714.821		1.167.811	
Panamá	1.838.699		1.003.399	
Perú	22.080			
Qatar	3.968.399		3.069.224	
Rep. Centroafricana	118.688	76.683	154.475	41.011
Rep. Demo. Congo			16.560	
Senegal	22.275		68.511	4.680
Serbia	2.619.738	160	4.218.624	2
Sierra Leona	10.777			
Singapur	374.767		355.189	
Sri Lanka			41.633	
Sudáfrica	2.287.125		2.993.879	
Suiza	55.987.983	158.049	63.397.694	210.713
Togo			810	
Ucrania	3.801.897		3.478.741	
Uruguay	342.938		267.423	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	3.564.639		39.528	
Satsuma	2.442.281	9	1.768.983	
Clementina	62.257.683	20.147	43.898.515	4.788
Clementina hoja	8.241.845		5.031.415	
Clemenvilla	4.675.429		3.171.886	
Hernandina	1.217.421		418.931	
Wilking	943			
Fortuna	168.416			
Kara			660	
Mineola	535			
Ortanique	9.620.356		6.576.570	
Ellendale	468			
Otras mandarinas	34.140.300	10.658	8.420.276	4.890
Uso industrial	118.154			
Nadorcott	26.728.561	35.213	8.482.720	80
■ TOTAL MANDARINAS	153.177.031	66.027	77.809.484	9.758
Navelina	60.199.610	19.566	39.553.861	4.915
Navel	14.645.081		6.070.748	5.978
Navel Late	3.104.493	257	1.763.755	39.460
Lane Late	66.274.850		52.038.190	
Salustiana	15.033.917		10.397.109	
Cadenera	483.992		166	
Sanguina	89.437		18.444	
Sanguinelli	1.029.995		493.725	
Valencia Late	4.459.730	109.709	4.718.495	36.030
Verna	69.177	23	5.812	39
Otras	10.612.672	43.421	2.315.352	80.198
Uso industrial	435.041		922.455	
Navel Powel	9.822.915		8.326.134	
Barberina	2.671.799	47	236.297	3.513
■ TOTAL NARANJAS	188.932.711	173.022	126.860.542	170.134
■ TOTAL LIMONES	68.746.249	107.590	29.048.082	273.560
■ TOTAL POMELOS	4.891.289	9.614	2.893.213	16.765

Sandía y melón registran descensos en los precios

Las cotizaciones han caído más de un 30% en una semana

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de primavera almeriense comenzó con precios aceptables aunque un 2% por debajo de los registrados en las dos últimas cosechas. Sin embargo, desde Asaja-Almería advierten que el panorama ha cambiado radicalmente y la semana pasada se vivió un brusco descenso de cotizaciones, tanto de melón, que cayó más de un 30%, como de sandía, que en dos días se vino abajo y se vendía un 40% por debajo de las referencias de la semana precedente.

Los precios se han hundido en una etapa clave de la campaña almeriense. / ARCHIVO

La organización agraria se muestra especialmente preocupada por la situación que está tomando la actual temporada ya que "se han visto precios de menos de 30 céntimos en sandía, y estamos en la semana más crucial de la campaña de primavera", señala Antonio Navarro, presidente de Asaja-Almería.

Hay varias razones que justifican este descenso de precios. En esta campaña gran parte de las plantaciones de sandía se habían proyectado hacia recogidas más tardías, para finales de mayo, "con lo cual nos encontramos ahora con el solapamiento de la cosecha de sandía. Esto es resultado una vez más de la falta de planificación o de estrategia comercial", señala la organización agraria.

Pero no es el único factor que podría explicar esta situación. Otro argumento que se está esgrimiendo para justificar esta caída es la falta de demanda en Europa debido a las bajas temperaturas que se están registrando, con máximas de apenas 14 grados, y lo que es peor, la situación no presenta perspectivas de cambio significativo para esta semana.

Por ello, Asaja-Almería crítica que, además de esta problemática, "nos estamos encontrando con prácticas abusivas en la estrategia de hundir los precios al agricultor aprovechando el nerviosismo y la necesidad, ya que tenemos problemas con la demanda o con los pedidos pero a la hora de comprar un melón a 33 céntimos o una sandía a 30, o incluso menos, se vende perfectamente. Ante esto recordamos la obligatoriedad de contar con contratos y pediremos a la AICA que investigue si se está produciendo alguna irregularidad y que sancione a los infractores que traten de sacar provecho de una situación que parece impostada".

SITUACIÓN DE LOS PRECIOS

En este contexto, los precios de la sandía negra sin semillas han caído un 33% y los de la rayada un 14%, y, según Asaja-Almería, "se sitúan en unos valores que son inasumibles para la época del año en la que estamos pues la media de mayo de los últimos 6-7 años para la sandía sin pepitas ronda los 40 céntimos, y la rayada los 36. Estamos por lo tanto vendiendo ya muy por debajo de lo habitual".

Por otro lado, una situación similar es la que vive el melón. "Llevamos semanas escuchando que hay problemas de demanda o pedido incluso antes de haber producto en los almacenes. Esto ha provocado que ya estemos en el caso del Galia vendiendo a precios un 22% inferiores a la media habitual del mes, estando su precio la semana pasada en apenas 26 céntimos. Situación que también afecta al Amarillo con una media de apenas 23 céntimos, un 25% menos que en la semana precedente y un 31% menos de su media habitual en mayo. El último en sumarse a esta 'fiesta' ha sido el Piel de Sapo, que ha aguantado hasta la semana pasada con precios dignos, pero que ha caído un 45% y su precio ya ronda los 34 céntimos", explican desde Asaja-Almería.

La organización lamenta que, una vez más, los agricultores estén pagando los platos rotos por diferentes factores, entre ellos la ausencia de una verdadera gestión de crisis que permita hacer frente a situaciones de problemas en el mercado, y la nula planificación, pues esto era previsible ya en enero. "El cambio de decisión para evitar a competidores como Senegal o Marruecos nos ha traído a una crisis de precios similar a lo que ya nos ocurrió con el pepino en otoño", indican.

Por ello, Asaja-Almería reivindicará en la próxima reunión sectorial con el Ministerio la puesta en marcha de forma urgente de la reforma de la Ley de la Cadena que evite la venta por debajo de costes y se vigile y trabaje para poner freno a los abusos a los productores.

ARAGÓN

Los grupos Leader han permitido crear 1.500 empleos en el mundo rural

JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Los 20 grupos Leader que hay en la comunidad de Aragón han propiciado la creación en el mundo rural de 1.500 empleos, el 50% para mujeres, en el periodo 2014-2020. Además, se han consolidado 4.725 empleos directos y más de 700 indirectos, que se suman a los más de 9.000 puestos de trabajo creados en periodos anteriores.

En ese periodo han colaborado con la administración autonómica en la gestión de una financiación de 77 millones de euros dentro del segundo pilar de desarrollo rural de la PAC.

Los Leader surgieron en el año 1991 como programa piloto experimental por la Unión Europea, con el objetivo de poner en valor la importancia del medio rural en el proceso de vertebración europea. Sus siglas en francés significan: Vínculos entre acciones de desarrollo de la Economía Rural. Su finalidad es luchar contra la despoblación, diversificando la economía con la participación de la población interesada, a través de empresas, asociaciones, administración local, que se instrumentalizó a través de los Grupos de Acción Local.

Un trabajo de campo sobre los Leader en Aragón, realizado por el Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio de la Universidad de Zaragoza, pone de relieve la importancia de estas subvenciones para las pequeñas y medianas empresas.

De todas las que se crearon entre 2007 y 2013 a nivel nacional, solo sobreviven el 33%, el porcentaje se eleva hasta el 76% en el caso de las pymes puestas en marcha en ese periodo en Aragón gracias a las ayudas Leader.

El citado estudio incluye una encuesta a 200 beneficiarios de Leader del Ceder Monegros que demuestra que las pequeñas empresas rurales son mucho más resilientes y no se deslocalizan.

En la comunidad de Aragón, el 57 por ciento de todos los proyectos Leader se ponen en marcha en municipios menores de 2.000 habitantes y el 42% en menores de 1.000. Por otro lado, el 51 por ciento de todos los proyectos cuyo beneficiario es un autónomo se emprenden en municipios mejores de 2.000 habitantes y el 34% en menos de 1.000.

Uno de los destinos de las ayudas Leader son las cooperativas. Desde 2016 a través de Leader se ha ayudado a 92 proyectos de cooperativas agroalimentarias con un total de 1,7 millones de euros.

Un 60% se ha dedicado a mejorar la productividad así como estructuras y servicios, con lo que estas pequeñas cooperativas consolidan empleo en el medio rural, pero además generan más puestos de trabajo entre las mujeres.

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

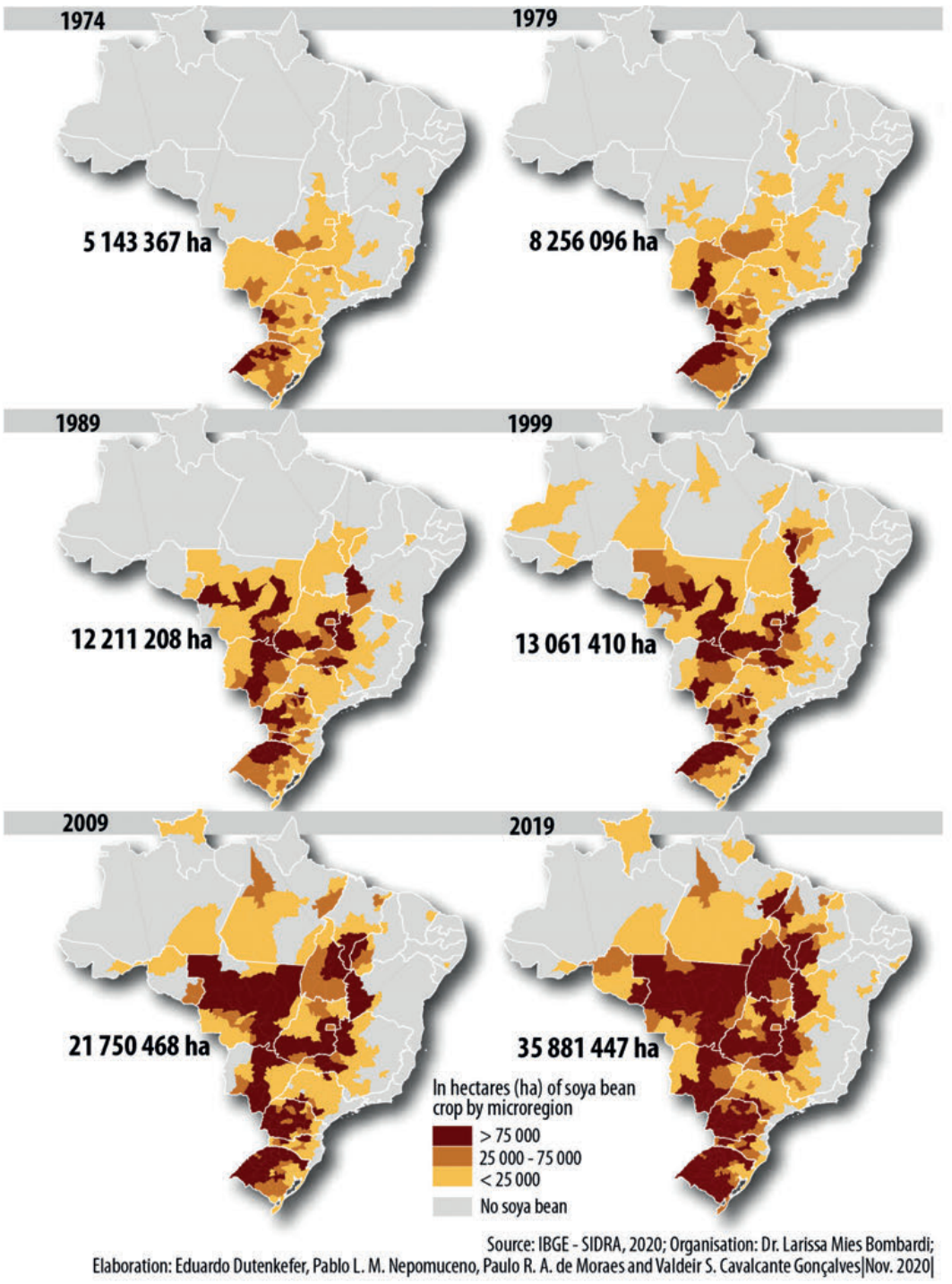
Lo que esconde el discurso hegemónico del "beneficio" del Acuerdo UE–Mercosur

Por INMACULADA SANFELIU (*)

Hay dos caras en las negociaciones de acuerdos comerciales de la UE con terceros países: una en la que algunos Estados miembros y sectores están especializados en ganar y otra en la que están especializados en perder. Los países comunitarios de la ribera del Mediterráneo y su sector primario se han especializado en perder desde hace mucho tiempo. Y en ese lado perdedor siempre hallamos la citricultura de la UE, meridional y, por tanto, alejada del centro de poder septentrional y de sus intereses de producción, importación, portuarios y de distribución comercial, previa incorporación de valor añadido, así como de producción industrial.

En tiempos de ratificación del Acuerdo UE-Mercosur asistimos al discurso hegemónico en torno al gran beneficio para ambos bloques comerciales que quieren hacernos creer. En términos estrictamente monetarios, ha existido un cierto equilibrio en el ámbito de los intercambios comerciales establecidos entre sendos bloques. Los valores totales de exportación derivados de su relación son, en verdad, muy similares. En 2018, la UE exportó alrededor de 41 mil millones de euros en bienes al Mercosur, y los países del Mercosur exportaron alrededor de 43 mil millones de euros a la UE.

Los principales países que exportan desde la UE al Mercosur son Alemania (con el 20% del valor total), los Países Bajos (alrededor del 17%) y Francia (alrededor del 14%). El principal exportador del Mercosur a la UE es Brasil, que representa más del 70% del volumen total de exportaciones del bloque comercial, seguido de Argentina, con un 20%, y luego Paraguay y Uruguay, que juntos representan el volumen total restante, alrededor del 5%.



Expansión del cultivo de la soja en Brasil. Mapa contenido en el informe "Geografía de la Asimetría", elaborado por del Departamento de Geografía de la Universidad de Sao Paulo (Larissa Mies Bombardi).

LOS GRANDES DAMNIFICADOS

Sin embargo, esta aparente igualdad económica a nivel macro enmascara detrás de estas cifras financieras en materia de exportaciones grandes damnificados: de un lado las maltrechas necesidades e intereses socioambientales y humanos del Mercosur y, de este lado, del nuestro, la pérdida de competitividad del sector primario en nuestro propio mercado y las grandes asimetrías en las condiciones de producción.

Si bien los principales productos que exporta la UE al Mercosur son maquinaria, vehículos, reactores nucleares, productos farmacéuticos y equipos electrónicos, los principales productos exportados por Mercosur a la UE son harina de soja, piensos, minerales, cereales, celulosa, carne de vacuno, aceites vegetales, fruta, zumos y café.

Para que el Mercosur produzca sus "principales" exportaciones, como cereales, harina de soja, carne vacuna y celulosa (la carne vacuna representa 1.000 millones de euros anuales de exportaciones, y el caso más emblemático, la soja y sus derivados, por valor de 5 mil millones de euros solo en 2018), ha tenido que asignar una enorme superficie de tierra dentro de sus países miembros al desarrollo de las actividades agrícolas y ganaderas necesarias para dicha producción. La superficie plantada en Mercosur con bosques de eucaliptos y pinos para obtención de celulosa, con la caña de azúcar para la obtención del etanol que sustituye los combustibles fósiles, con el cultivo de soja, y con las cabezas de ganado bovino, ha tenido un impacto territorial muy significativo.

La expansión de los monocultivos —caña de azúcar o soja— que requieren el uso de pesticidas en las regiones este y sureste de la Amazonia legal se ha visto precedida por la deforestación masiva

USO DE LA TIERRA, EL AMAZONAS

Además, los terrenos asignados a la obtención de productos básicos han aumentado vertiginosamente en los países del Mercosur durante un periodo de tiempo relativamente corto. Los datos de Brasil demuestran muy claramente el alcance de esta expansión. En 45 años, la superficie utilizada para el cultivo de caña de azúcar en Brasil se ha multiplicado por cinco y las cabezas de ganado se han triplicado, alcanzando cifras de más de un animal por persona. Este aumento en el número de cabezas de ganado ha tenido un enorme impacto en el uso de la tierra, especialmente porque gran parte de la expansión ha tenido lugar en la Amazonia brasileña.

Prácticamente la mitad de toda la cabaña ganadera en Brasil se encuentra dentro de la Amazonia legal, con más de 106 millones de cabezas de ganado, o el 49,57% del total del país. La ganadería en Brasil es predominantemente extensiva. Según el último censo agrícola de 2017, Brasil tiene 159.497.547 hectáreas (o 1.594.975,47 km²) de pastos, que corresponde a más del 18% de la superficie del territorio. La tasa de uso de la tierra en 2017 fue solo 1,35 bueyes por hectárea de pasto.

IMPACTO TERRITORIAL, AMBIENTAL, SOCIAL Y EN LA SALUD

Este aumento de los cultivos/productos básicos, los llamados "commodities", ha conducido a un enorme impacto medioambiental y social. La deforestación y el uso intensivo de plaguicidas son ejemplos evidentes de estos impactos.

Pero el caso de la producción de soja es, sin duda, el más emblemático. La superficie de tierra utilizada para cultivar soja en Brasil se ha multiplicado por seis en 45 años, y la mayor parte de esta expansión ha tenido lugar recientemente. El área utilizada para su cultivo en Brasil ha aumentado exponencialmente de forma que entre 2010 y 2019, aumentó un 53,95%, mientras que, en este mismo periodo, el área agrícola total ha aumentado un 28,46%.

La expansión de monocultivos como la soja en Brasil ha incrementado paralelamente el uso masivo de plaguicidas: de forma que mientras que el cultivo de soja se expandió en un 53,95% entre 2010 y 2019, el uso de plaguicidas durante este periodo aumentó en un 71,46%.

Obviamente, la expansión de los monocultivos que requieren el uso de pesticidas en las regiones este y sureste de la Amazonia legal se ha visto precedida por la deforestación que durante el mismo periodo ha tenido lugar. Cuando se suman ambos efectos, la deforestación y el aumento en el uso de pesticidas, lo que se obtiene es una imagen trágica de la Amazonia legal brasileña que resume los impactos medioambientales y sociales del marco económico que los países miembros del Mercosur han adoptado. Esto es especialmente cierto en el caso de Brasil, cuyo escenario de crecimiento actual se ha construido en gran parte sobre la base de la expansión de productos agrícolas básicos.

En suma, impacto territorial (superficie y uso de la tierra), impacto medioambiental y social (deforestación y uso intensivo de plaguicidas), e impacto en la salud humana en la región, subordinados a los intereses de la agroindustria. Estamos ante un modelo de desarrollo inequitativo al que debe sumársele riqueza natural saqueada, avance de los monocultivos en tierras indígenas, desplazamiento de pueblos y comunidades tradicionales que son expulsados de su hábitat para dar paso a la agricultura "moderna"... y múltiples plaguicidas empleados en la agricultura "tecnológica", incluso mediante fumigación aérea, una práctica prohibida en la UE, pero todavía permitida en los países del Mercosur.

PLAGUICIDAS DE UE, CHINA Y ESTADOS UNIDOS

Estos plaguicidas, como es bien sabido, se han desarrollado, producido y exportado principalmente por países desarrollados, entre los cuales los países miembros de la UE son actores importantes. El mercado internacional de plaguicidas está controlado por la UE, China y los Estados Unidos, que juntos, a través de varias de sus empresas, fueron responsables del 83% de los plaguicidas vendidos en todo el mundo en 2018. Actualmente, el 30% de las ventas mundiales de plaguicidas son de empresas con sede en la UE.

Además de ser uno de los líderes del mercado mundial de plaguicidas, la UE exporta a otros países, entre ellos los del Mercosur sustancias que están prohibidas dentro de su propio territorio, en ocasiones por razones vinculadas a problemas de salud graves, adoptando un doble rasero en su conducta, ya que considera permisible que los ciudadanos del Mercosur estén expuestos a sustancias no toleradas por peligrosas para los ciudadanos de la UE. Este comportamiento puede ser legal, aunque, desde luego, es poco ético en el mejor de los casos.

Si se ratifica este acuerdo, el precio suelo para la fruta comunitaria lo fijará un oligopolio de tres empresas brasileñas en base a sus intereses, y auguramos que este precio mínimo supondrá un atentado contra la rentabilidad

La desigualdad que caracteriza la relación entre el Mercosur y la UE con respecto a los plaguicidas no solo se evidencia por las diferencias en los estándares relacionados con sustancias prohibidas en la UE y autorizadas para su uso dentro del Mercosur, sino también en las diferencias con respecto a los niveles de residuos de plaguicidas permitidos en los alimentos y el agua potable del Mercosur que pueden duplicar o triplicar los límites de la UE y, en muchos casos, hasta de decenas, cientos o incluso miles de veces más altos en el Mercosur. En Brasil, alrededor del 30% de los plaguicidas autorizados para su uso en cultivos están prohibidos en la UE.

LAS PRINCIPALES PLAGAS CITRÍCOLAS

La citricultura brasileña sufre una gravísima afección de todo tipo de plagas y enfermedades (Mancha Negra ó Citrus Black Spot —CBS—, Clorosis Variegada de los cítricos —CVC—, Citrus canker, HLB ó Greening…). Después de una importante bajada en producción debido al HLB, al igual que en Florida, Brasil está estabilizando e incluso recuperando la producción de agrios gracias a la aplicación de medidas de erradicación —arranque de árboles infectados y zona circundante— y a través de constantes tratamientos químicos con aplicaciones de insecticidas sistémicos en plantaciones jóvenes y pulverizaciones foliares con elevada frecuencia con insecticidas de contacto a lo largo de toda la vida de la planta (cada 7 a 14 días en plantaciones jóvenes y cada 14-28 días en plantaciones de más de tres años).

Brasil exportó más de mil millones de euros en zumo de naranja a la UE en 2018. En el caso de la citricultura española, el Acuerdo UE-Mercosur supondrá la liberalización de la importación en la UE de zumo de naranja, particularmente del zumo 100% exprimido, pudiendo hacer desaparecer la industria europea del zumo y, en consecuencia, desequilibrar el mercado de fresco, estrangulando al sector productor de cítricos europeos.

En su vertiente estrictamente comercial el Acuerdo UE-Mercosur agravará las situaciones ya creadas en unos mercados citrícolas caracterizados por su globalización y una pérdida creciente de competitividad, por la inexistencia de medidas eficaces de gestión de crisis para afrontar los desequilibrios de oferta y demanda, y porque en la cadena comercial agroalimentaria los precios y márgenes no se marcan desde abajo (de productor a consumidor), sino de arriba hacia abajo, siendo la gran distribución la que fija el precio de venta al público y obliga a sus proveedores a reajustar a la baja sus precios y costes.

EN MANOS DE TRES MULTINACIONALES

Si se ratifica el Acuerdo UE-Mercosur, el precio suelo para la fruta comunitaria lo fijará un oligopolio de tres empresas brasileñas en base a sus intereses, y auguramos que este precio mínimo supondrá un atentado contra la rentabilidad, la competitividad, la circularidad sostenible y la resiliencia de la cadena de valor citrícola, comportando un importante perjuicio económico para los productores comunitarios.

Antes de lanzarse alegremente a la ratificación del Acuerdo comercial Mercosur-UE sería conveniente que el Gobierno español, tan medioambientalmente proactivo en otros ámbitos, valorara estas cuestiones, consultara al sector citrícola español sobre las consecuencias comerciales del mismo, y ante todo obligara a que para poder ser exportadas a la UE las producciones frescas o transformadas del Mercosur acrediten que respetan los mismos estándares medioambientales que las de la Unión Europea.

Si la UE y sus estados miembros son adalides de la respuesta al cambio climático y defensores de la conservación del medio ambiente, tienen que demostrarlo con hechos y no solo con declaraciones.

(*) *Presidenta del Comité de Gestión de Cítricos (CGC)*

LA ACTUALIDAD DE LA CAMPAÑA VISTA POR naranjas y frutas.com

Internet aumenta las posibilidades de vender o comprar mejor las cosechas

JUAN JOSÉ BAS. (*)

No es difícil imaginar que si Internet desapareciera algunos sectores como las ventas de casas, coches y miles de productos no solo bajarían drásticamente, sino que, además, los productos que compraríamos no serían los más ajustados a nuestras necesidades, ya que para localizarlos deberíamos dedicar mucho más tiempo y esfuerzos, pero nunca podríamos igualar a la rapidez y opciones de elección que Internet nos puede ofrecer a la hora de ofrecer o localizar cualquier producto.

Internet ofrece oportunidades para los agricultores y para el comercio.

Si esto lo trasladamos a la agricultura, las necesidades de vender y comprar son las mismas que otros productos. Por una parte, los agricultores están trabajando todo el año en la producción de su cosecha y llega un momento en el que tienen que venderla para poder rentabilizar todos los esfuerzos invertidos y, a diferencia de otros productos que se ofrecen en Internet, el agricultor debe de venderla en un periodo corto de tiempo ya que si no la vende puede perder la cosecha.

Por otra parte, los comercios mayoristas de frutas también necesitan todos los años comprar cosechas a los agricultores para poder abastecer las demandas de sus clientes, pero todos los años las demandas y las ofertas de cosechas son diferentes, y por ello la rapidez que puede ofrecer Internet a la hora de encontrar cosechas disponibles junto con los datos de los agricultores les beneficia.

Por este motivo desde www.naranjasyfrutas.com estamos convencidos que nuestro servicio gratuito de anunciar o buscar cosechas puede mejorar y ayudar a nuestro sector a ser mas eficiente, al igual que este siendo muy eficiente en otros sectores el uso de Internet.

Naranjasyfrutas.com es una herramienta muy sencilla tanto para el agricultor, que con solo 2 minutos y en cualquier momento del año puede registrar sus cosechas de una forma gratuita, como para el comercio que con una sencilla búsqueda puede localizar las variedades que necesita o si prefiere puede activar un servicio de alertas automático para que vía mail le avise cuando estas variedades son anunciadas por los agricultores.

(*) *Gerente de Naranjasyfrutas.com*

El 6º Congreso Internacional de Frutos Rojos se celebrará los días 15 y 16 de septiembre

La organización adoptará todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad de los asistentes a este evento presencial que volverá a acoger la Casa Colón de Huelva

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La sexta edición del Congreso Internacional de Frutos Rojos se celebrará en la Casa Colón de Huelva los días 15 y 16 de septiembre, fecha que Freshuelva, organizadora del evento, ha considerado la más adecuada para volver a celebrar este importante evento de forma presencial y con la mayor normalidad que las circunstancias sanitarias permitan.

El 6º Congreso Internacional de los Frutos Rojos volverá a contar con la Fundación Caja Rural del Sur como patrocinador principal exclusivo, en una muestra más de apoyo incondicional del sector y de apuesta decidida por este evento que sitúa a la provincia de Huelva y a su sector de los frutos rojos en el epicentro de la agricultura internacional.

De la misma forma, el Ayuntamiento de Huelva, la Diputación Provincial y la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible han renovado su presencia en el congreso onubense como patrocinadores institucionales, un respaldo fundamental para la organización del Congreso y que pone de manifiesto la unidad institucional onubense y andaluza en torno a este importante evento que en su última edición celebrada en 2019 logró reunir a más de 1.300 personas durante las dos jornadas en que se analizó y debatió sobre la actualidad del sector de los berries.

Como novedad este año se incorpora a la nómina de patrocinadores institucionales Extenda- Andalucía Exportación e Inversión Extranjera, habitual compañera del sector en ferias de la importancia de Fruit Logistica de Berlín o Fruit Attraction de Madrid, que ahora se compromete a colaborar también con Freshuelva en la organización del sector de los frutos rojos.

Fruto del convenio firmado entre Freshuelva y Extenda, la entidad andaluza aportará al congreso su conocimiento de la internacionalización empresarial y las exportaciones a través de su Red Exterior presente en 62 mercados, que permitirá abordar las posibilidades que presentan actualmente los mercados para los frutos rojos, así como la evolución de los mismos que permita al sector adelantarse a otros competidores.

Igualmente, las principales ferias Fruit Logistica y Fruit Attraction, volverán a estar presentes en el cónclave de Huelva colaborando en la organización de las jornadas técnicas del evento y contribuyendo a su difusión.

JORNADAS TÉCNICAS

El comité organizador del 6º Congreso Internacional de Frutos Rojos trabaja ya en el diseño del programa técnico del evento que, entre otros temas, abordará temas de sumo interés para el sector como las nuevas posibilidades de los mercados internacionales, la apuesta decidida por la sostenibilidad del sector, la promoción de sus cualidades saludables, las nuevas variedades de berries, así como los principales proyectos innovadores que marcan el futuro de los frutos rojos.

Las inscripciones al congreso estarán activadas próximamente para poder formalizarlas a través de www.congresofrutosrojos.com.

Las importaciones hunden la campaña de cebolla española

La llegada de cebolla de terceros países desplaza a la producción local en los lineales

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de cebolla andaluza no empezó con mal pie hace algo más de dos semanas. Sin embargo, desde COAG Andalucía señalan que el optimismo se ha esfumado de un plumazo ya que "las grandes superficies vuelven a vender cebollas de las antípodas, dejando tiradas las andaluzas".

Atrás se han quedado las buenas intenciones manifestadas el pasado año tras la campaña de denuncia liderada por la organización agraria, en la que precisamente se ponía en evidencia a las cadenas de alimentación, que ofrecían en sus lineales cebollas importadas del 'quinto pino', mientras que las cebollas andaluzas, de máxima calidad y con todas las garantías de seguridad alimentaria, no encontraban comprador, provocando la ruina de los productores de la comunidad.

Esta temporada se ha vuelto a reproducir esta situación. En plena campaña de cebolla fresca en Andalucía, los precios se han desplomado y el motivo de este desastre no es otro, según COAG Andalucía, que la importación de cebollas de terceros países. "Solo hay que echar un vistazo a la zona de hortalizas de cualquier gran superficie para comprobar cómo las cebollas que se ofrecen al consumidor no son andaluzas, sino de Nueva Zelanda, México, Senegal, Holanda o Perú", afirman.

En este contexto, la situación de los productores de cebolla andaluces es crítica una vez más, a pesar de que se han adaptado a la demanda del mercado cultivando las variedades requeridas por estas cadenas de alimentación: formato mediano, redondas y mucha consistencia, lo que además supone un incremento sustancial de costes para el agricultor. Aún así, "las cebollas vuelven a estar un año más, como el día de la marmota, plantadas en el campo sin recoger, por falta de precio y de comprador", confirman desde COAG Andalucía.

Por ello, instan a los consumidores a comprobar el origen en las etiquetas y solicitar cebollas de temporada cultivadas en Andalucía, y pide responsabilidad y compromiso social y económico a las cadenas de alimentación

Los precios han caído hasta situarse por debajo de los costes de producción. / COAG ANDALUCÍA

En esta misma línea se han pronunciado desde Asaja Málaga. La organización denuncia que las importaciones están desestabilizando la campaña de la cebolla, que ya ha comenzado en otras zonas de Andalucía, y está a punto de iniciarse en la comarca de Antequera. Se trata de un producto que tiene una vida muy corta y que no se puede almacenar, por lo que la cosecha está en peligro de echarse a perder ya que incluso amenazan con no retirar el producto.

"Estas importaciones de terceros países, especialmente de Nueva Zelanda, están desplazando a la producción local en los lineales de la gran distribución y sirviendo de pretexto para presionar los precios a la baja", precisan desde Asaja Málaga.

"No entendemos cómo los supermercados permiten que este tipo de productos se pongan por delante de los que se producen en nuestra región, ya no solo por el apoyo al producto de cercanía, sino que también por la calidad, frescura, controles y seguridad alimentaria que ofrece nuestra cebolla frente a la que viene de fuera", ha explicado su presidente, Baldomero Bellido.

Además, esta forma de dejar de lado el producto local supone un duro golpe para la economía de cercanía que puede llegar a afectar en otros ámbitos si no se interviene, porque se da prioridad a productos de terceros países cuando los productores andaluces no llegan a cubrir siquiera los costes de producción. "Ya el año pasado se produjo un problema similar. No podemos estar todos los años buscando excusas para justificar esta situación", ha remarcado Bellido.

Este año, además, se agrava la situación con el problema generado por el taponamiento producido en el Canal de Suez. Este parón en la circulación de mercancías ha dado lugar a que en el momento en que restableció la comunicación haya salido de golpe gran cantidad de producto, saturando el mercado y dejando los precios por los suelos, aunque en ningún momento ha dejado de faltar cebolla en el mercado.

Asaja Málaga, por la situación vivida en 2020, reclamó la reducción de los módulos de IRPF de la cebolla, reducción que fue denegada, por lo que hemos vuelto a insistir en dicha petición. "Queremos que nuestro producto sea valorado para que no se vuelva a producir esta situación".

"La cebolla nacional se cotiza en origen a un precio que se multiplica por diez en los lineales", afirman desde Asaja Málaga, y Nueva Zelanda preveía exportar en 2021 hasta 175.000 toneladas de cebolla de las cuales alrededor de 100.000 tenían como destino la UE, desde febrero a mayo, "pero anuncian que puede seguir llegando cebolla desde allí".

COMUNITAT VALENCIANA

La actual campaña de cebollas y patatas ha vuelto a poner al descubierto los graves desequilibrios que imperan en la cadena agroalimentaria. La Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) alerta de que los precios que los operadores comerciales están ofreciendo a los productores se han desplomado en las últimas semanas hasta el extremo de situarse un 40% por debajo de los costes de producción. Mientras tanto, esas cotizaciones se multiplican hasta por diez del campo al consumidor.

Tras un inicio difícil con la cebolla tierna, la recolección de la cebolla seca se caracterizó por una recuperación de los precios. Tanto es así que AVA-Asaja denunció una ola de robos en varias comarcas valencianas coincidiendo con la mayor demanda. Sin embargo, según la organización agraria, la introducción de importaciones foráneas, sobre todo de Nueva Zelanda, que además llegaron a Europa de golpe a causa del bloqueo del Canal de Suez, lo usan las comercializadoras como pretexto para presionar los precios a la baja de la producción autóctona.

El responsable de la sectorial de hortalizas de AVA-Asaja, Salvador Sabater, constata que "nuestras cebollas están en perfectas condiciones para ser recogidas y consumidas. Venimos de un abril muy lluvioso en el que no podíamos avanzar porque la tierra tenía que estar seca. Pero justo ahora, por culpa de la irrupción de las importaciones, las compras se han paralizado e incluso escuchamos casos de comercios que tratan de revisar a la baja los tratos cerrados hace unos días".

Las últimas cotizaciones que se manejan en la huerta valenciana han caído hasta los 10 céntimos de euro por kilo, una cantidad ruinosa muy lejos de los costes de producción —en torno a los 0,20 euros/kg— que llevaría a muchos agricultores a destruir sus cosechas. Por el contrario, en muchos puntos de venta al público el precio se eleva a 1 euros/kg.

En el caso de la patata la situación también se está volviendo alarmante: "No hay una gran producción, la calidad es excelente, pero entre las importaciones y la posición de dominio de la gran distribución alimentaria, que usa la patata como producto reclamo, no podemos vender a un precio razonable que al menos cubra los costes", lamenta Sabater. Según varios testimonios, los precios ofrecidos por el comercio ya bajan de los 20 céntimos por kilo, cuando solo la recolección supera los 6 céntimos. Mientras tanto, los supermercados ponen a la venta las patatas a precios medios de 0,80 euros/kg, es decir cuatro veces más.

El presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, apela "a la responsabilidad de la gran distribución y de los consumidores para primar el producto de proximidad a precios justos en lugar de sustituirlo por importaciones con una gran huella de carbono venidas desde países de ultramar, en algunos casos como Nueva Zelanda que están en la otra parte del planeta, a 20.000 kilómetros de distancia. Las cadenas no pueden ser colaboradoras del cambio climático, porque esta estrategia comercial es absolutamente incoherente e incompatible con la sostenibilidad ambiental que pregona la UE. Asimismo, el producto foráneo no tiene la frescura, la calidad y la seguridad alimentaria que sí garantiza el nuestro, además de que al consumidor no le llega barato".

OBITUARIO

AGRADECIMIENTO FAMILIA GARCÍA-PORTILLO Y PALMI ANAYA

Luis García Palmi

LUIS GARCÍA PALMI. Que falleció el lunes 17 de mayo de 2021 a los 29 años de edad.

Sus padres Manuel García-Portillo, Inma Palmi Anaya y hermano Manel, agradecen todas las muestras de condolencia, de apoyo y cariño tanto presenciales como por otros medios, en el tanatorio, ermita de Godella e iglesia de Moixent, donde el sábado recibió cristiana sepultura.

Luis era una maravillosa persona, lleno de valores, familiar, un ser libre, abierto, alegre, divertido, siempre sonriente, positivo y con gran vocación de ayuda social. Posiblemente esta pandemia como catalizador y acelerador de no poder ejercer su derecho de libertad, decidió dejarnos y así encontrarlo en el más allá.

Los trabajadores de Valencia Fruits hacemos llegar nuestro más sentido pésame a la familia.

DESCANSE EN PAZ

Agrocultivos

El Levante español reivindica el aporte de agua del trasvase para garantizar su futuro

La amenaza de recortes en el trasvase Tajo-Segura llevan a las calles de Madrid a miles de regantes y agricultores de Murcia, Alicante y Almería

RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.
Desde que se conociera la convocatoria de una votación, en el Pleno del Consejo Nacional del Agua (CNA), sobre la modificación de las reglas de explotación del acueducto Tajo-Segura para rebajar la transferencia en el nivel 2 los regantes, agricultores y gobiernos de la Región de Murcia, Comunitat Valenciana y Andalucía iniciaron acciones para detener esos cambios con los que, según afirman, se pretende "matar la huerta de Europa".

Los manifestantes mostaron su desacuerdo ante el despliegue policial y por no ser recibidos por la ministra. /VF

MANIFESTACIÓN TRUNCADA

Ante esta situación, el lunes, 24 de mayo, el Círculo por el Agua y el Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura (SCRATS) convocaron en Madrid, una manifestación de vehículos en defensa del trasvase Tajo-Segura y en contra del cambio de reglas de explotación y el incremento de los caudales ecológicos en el río Tajo, propuestos por el ministerio de Transición Ecológica.

Bajo el lema 'En el Levante, sin el trasvase, desierto y paro', estaba previsto que la manifestación comenzará a las 11,30 de la mañana en Ifema, donde se habían desplazado cientos de vehículos procedentes especialmente de Murcia, Almería y Alicante y que la caravana de vehículos recorriera las principales vías de la ciudad para concluir en Nuevos Ministerios, donde estaba prevista una rueda de prensa y los organizadores esperaban ser recibidos por la ministra de Transición Ecológica.

Sin embargo, los vehículos concentrados en Ifema permanecieron retenidos por la policía nacional que, finalmente, solo permitió la salida de los coches y 15 camiones. Juan Marín, presidente de Proexport, desde la puerta de la institución ferial afirmaba: "Ya estamos todos aquí, en Ifema. Era el compromiso de hoy, manifestarnos, en esa reivindicación justa que trasladamos al ministerio de Transición Ecológica". Y añadía que "Sin agua, solo paro. Faltaría la vida y el trabajo".

Entretanto, en las puertas el Ministerio, un importante grupo de representantes de agricultores, regantes y gobiernos autonómicos esperaban la llegada de los manifestantes procedentes de Ifema y la recepción por parte de Teresa Ribera. También hubo un importante despliegue policial y, finalmente, no fueron recibidos por la ministra.

Ante esta situación, representantes de los regantes denunciaban que "Nos están tratando como a delincuentes. Estamos a la puerta del ministerio esperando a que nos reciba la ministra. En vez de recibirnos ella nos está recibiendo la policía nacional y la guardia civil".

APOYO INSTITUCIONAL

No faltó el apoyo de representantes de los gobiernos autonómicos murciano y valenciano al máximo nivel. Desde la Región de Murcia se desplazaron el presidente, Fernando López Miras, y el consejero de Agricultura, Antonio Luengo, mientras que desde la Generalitat asistieron la consellera de Agricultura, Mireia Mollà, y el secretario autonómico de Agricultura, Roger Llanes.

"Si nos quitan el agua, nos quitan el pan", lema promovido por SCRATS. / VF

Luengo, Mollà, Llanes y López Miras encabezando la concentración. / VF

El presidente murciano se mostró muy crítico con el Gobierno central: "Espero que Pedro Sánchez y su gobierno escuchen hoy el clamor de la Región de Murcia, de Almería y de Alicante. El clamor de 2,5 millones de españoles que viven en gran parte de la agricultura y que necesitan el agua cada día en sus hogares. Todo eso es lo que está en riesgo".

Y añadió que "Es inadmisible e inaceptable que el gobierno de Sánchez tenga una hoja de ruta para recortar y cerrar el trasvase Tajo-Segura sin escuchar, sin sentarse, sin dialogar y sin hablar con los gobiernos de la Región de Murcia, de Valencia, de Andalucía ni con los regantes ni con los agricultores".

El Consell, por su parte, estuvo presente en la concentración convocada por los regantes con la presencia de la consellera de Agricultura, Mireia Mollà, y el secretario autonómico de Agricultura, Roger Llanes.

Desde las puertas del ministerio de Transición Ecológica, la consellera trasladaba un mensaje claro al Gobierno: "El gobierno valenciano tenía la obligación moral de estar hoy aquí defendiendo una causa justa. Estamos frente a unas semanas decisivas para el futuro del trasvase. En la propuesta del ministerio hay una amenaza cierta de un recorte que condiciona este trasvase y el futuro de nuestro sector estratégico por excelencia, el sector agroalimentario".

Sobre este aspecto aseveraba: "Es un sector estratégico que no merece tener ahora este trato. No podemos recortar ni una gota de agua. Hacemos un uso racional, modernizado… y no olvidemos también que las consecuencias de un recorte podrían ser devastadoras para el abastecimiento humano y para el sector agroalimentario", añadió. Y se mostró muy firme afirmando: "Y, para el que tenga dudas, el trasvase Tajo-Segura es el más regulado, el estudiado, el que más aval técnico y ambiental tiene. Lo que hay que hacer es lo que hemos pedido desde el gobierno valenciano: que se depuren las aguas de Madrid que son las que se vierten y hacen que se ensucie el río".

Roger Llanes, por su parte, advertía sobre las alternativas: "No podemos renunciar ni a una gota de agua. Es cierto que la desalación es una realidad y que ya la tenemos incorporada a nuestros recursos. Pero no puede ser 'la solución' por ella misma. Ha de ser un recurso adicional y complementario a los que ya estamos utilizando. Y si por algo se caracteriza Alicante es por hacer un uso muy cuidadoso del agua".

Llanes apeló al diálogo: "No podrá haber ninguna solución adecuada si no viene del diálogo. No podemos estar en una confrontación permanente en un tema tan estratégico. Precisamos un consenso que dé estabilidad a medio y largo plazo que dé un horizonte de futuro y progreso a las familias que ahora viven con esta inquietud".

Manifestantes concentrados en Ifema / PROEXPORT

Solo permitieron que 15 de los camiones salieran hacia Madrid. / VF

Coches esperando a formar la caravana desde Ifema. / PROEXPORT

Agricultura ensaya provocar una epidemia en la Ceratitis capitata a través de hongos

Este método, en fase experimental, reforzaría el programa de lucha biológica con machos estériles de mosca de la fruta que ha permitido reducir significativamente la aplicación de fitosanitarios en la Comunitat

RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

La consellera de Agricultura de la Generalitat valenciana, Mireia Mollà, el secretario autonómico, Roger Llanes, y el director general de Agricultura, Antonio Quintana, visitaron la semana pasada la bioplanta de Caudete de la Fuentes donde se realiza desde 2007 el desarrollo y tratamiento de los insectos esterilizados para conocer los detalles de este ensayo basado en la utilización de hongos entomopatógenos que reforzaría la estrategia de lucha biológica contra la Ceratitis capitata (mosca mediterránea de la fruta).

El proyecto, que todavía se encuentra en fase experimental, consiste en infectar a los machos esterilizados producidos en la bioplanta de Caudete de las Fuentes (la segunda más importante del mundo) con este hongo, inocuo para las personas, pero capaz de producir una elevada mortalidad en las poblaciones silvestres de la mosca mediterránea de la fruta.

El contacto de insectos previamente esterilizados e impregnados con hongos entomopatógenos con otros ejemplares presentes en la naturaleza provoca una enfermedad letal en los individuos silvestres tanto a través del apareamiento con las hembras como en la formación de los grupos de machos que compiten por esas hembras.

En definitiva, se trata de mejorar la eficacia de la técnica del insecto estéril (TIE) desencadenando un contagio en las poblaciones de mosca utilizando a los propios ejemplares estériles como vectores de transmisión de la enfermedad, lo cual complementaría y optimizaría todavía más la eficacia del programa contra la Ceratitis que se sigue en la Comunitat Valenciana y que no se descarta exportar a otras comunidades.

Los resultados preliminares de este nuevo procedimiento se conocerán este mismo año y a partir de los mismos se podrá realizar una evaluación detallada de su alcance.

Con el actual sistema de suelta de machos estériles se logra fecundar a las hembras silvestres creando huevos inviables y que, de este modo, ya no pueden causar daños en los cultivos al depositar estos huevos en el fruto porque no prosperan. Los éxitos obtenidos con este método de lucha biológica, que se refuerza con el reparto masivo de trampas entre los agricultores, son muy importantes.

Hay que tener en cuenta que si no se controlase esta plaga, presente en España desde el siglo XIX, se estima un daño potencial de hasta un 30% de los frutos. En cambio, gracias en parte a la estrategia de control de plagas, la evolución de la exportación de cítricos en la Comunitat en los últimos 20 años ha visto crecer sus ingresos en un 40%.

La lucha integrada consiste en la "combinación racional de métodos de lucha para combatir plagas minimizando el uso de pesticidas", según señalan los técnicos de Tragsa, entidad encargada de la coordinación de los trabajos. Mireia Mollà destaca que "gracias a este sistema, totalmente respetuoso con el medio ambiente, se ha conseguido reducir en más de un 95% las aplicaciones de insecticidas por medio aéreos, al tiempo que el descenso de las poblaciones de mosca del Mediterráneo donde se liberan machos estériles se aproxima al 50%".

La consellera visitó las instalaciones de Caudete donde se practica la técnica del insecto estéril. / GIANLUCA PIGNATELLI

El proyecto consiste en infectar a los machos estériles con un hongo, inocuo para las personas, capaz de producir una elevada mortalidad en las poblaciones silvestres de la mosca mediterránea de la fruta

verdaderos estragos en la citricultura, sobre todo, y también en otros frutales".

Como señalaron durante la visita a la bioplanta los técnicos de Tragsa, el control de esta plaga es esencial para impedir el cierre de nuestras fronteras de cara a la exportación de cítricos y otras frutas, evitando así la pérdida de mercados que implicaría, además de importantes pérdidas económicas, la pérdida de prestigio internacional en la carrera de lucha biológica contra las plagas.

La capacidad de producción de machos estériles de la bioplanta la convierten en la primera de Europa y segunda a nivel mundial, solo por detrás de la ubicada en Guatemala. Existe una propuesta de mejora en las instalaciones de la bioplanta de Caudete y del evolucionario ubicado en Moncada que posibilitarían que se convirtieran en los principales centros de referencia global.

Además, y con el objeto de contribuir positivamente a la preservación del medio ambiente, la bioplanta de Caudete de la Fuentes maneja un proyecto para instalar, entre otras innovaciones, placas solares, una marquesina fotovoltaica, una caldera de aceite término alimentada con biomasa y un sistema de depuración de aguas para mejorar la eficiencia energética de sus instalaciones.

Al finalizar la visita la consellera señaló que se trata de una instalación "magnífica" y destacó su importancia teniendo en cuenta que estamos en un proceso donde la "innovación, la tecnología y el conocimiento tienen que ser acordes a nuestros objetivos de sostenibilidad y de lucha contra el cambio climático. La profundización en técnicas de lucha biológica dentro de las prácticas agrícolas justifica la apuesta presupuestaria porque nos sitúa en posición de alcanzar nuestras metas en esa línea".

Llanes también recalcó la importancia de la ubicación de esta bioplanta que facilita la creación de puestos de trabajo muy cualificados (técnicos, ingenieros, biólogos…) en la comarca: "un ejemplo de cómo la innovación también crea empleo y posibilidades de desarrollo en el medio rural". La bioplanta de Caudete de las Fuentes crea 67 puestos de trabajo directos (un 45% de ellos mujeres) y 35 indirectos.

La Comunitat capta más de seis millones contra las plagas agrarias

La Comunitat Valenciana encabeza la captación de fondos para programas de prevención y lucha contra las plagas agrarias con más de la mitad de los fondos globales

La distribución territorial de fondos destinados a la prevención y lucha contra las plagas agrarias presentada en la última conferencia sectorial de Agricultura destina a la Comunitat 6.174.046,89 euros, más de la mitad del presupuesto total (11,8 millones de euros). "El reparto está directamente relacionado con el importe solicitado y debidamente justificado", ha señalado la consellera en referencia a las peticiones de financiación ministerial.

Mireia Mollà, ha subrayado que la obtención, que triplica la partida con respecto al pasado ejercicio, es un "reconocimiento al trabajo bien hecho y al esfuerzo de la Conselleria en materia de investigación y desarrollo de programas de lucha biológica". Algunas de las líneas de investigación abiertas son la estrategia conjunta de feromonas de atracción y parasitoide contra el 'cotonet', los difusores de feromonas de confusión sexual que han permitido mantener a raya el 'cucat' del arroz, el insecto depredador de los vectores transmisores del HLB o los proyectos de esterilización del macho de Ceratitis capitata o mosca del Mediterráneo.

Ceratitis capitata. / ARCHIVO

Con respecto a esta última, el Ministerio de Agricultura atiende parcialmente el importe solicitado para la producción del insecto estéril y el 100% del coste correspondiente a las actuaciones de monitoreo, trampeo masivo y control de focos.

Roger Llanes, secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural, destaca que "somos la Comunitat que más presupuesto destina de fondos propios a Sanidad Vegetal de toda España". En 2020, la Conselleria dedicó una partida de 22 millones de euros, y para este año ha vuelto a incrementar la dotación presupuestaria hasta alcanzar los 24 millones de euros.

Mireia Mollà ha expresado que la dotación son los frutos "a la apuesta decidida de la Administración valenciana, que cuenta con más líneas de trabajo que ninguna otra, para explorar fórmulas eficaces y situarnos en la vanguardia europea en la lucha contra las plagas". ■

EN LA VANGUARDIA DE LA LUCHA BIOLÓGICA

Por su parte, el secretario autonómico de Agricultura, Roger Llanes, señala que esta es una instalación "esencial" y que es importante que se conozcan las características "tan singulares de esta instalación". Llanes destaca que "el trabajo que se está realizando en la bioplanta de Caudete es impresionante y nos sitúa por derecho propio en la vanguardia internacional de la lucha biológica. Somos la segunda instalación de estas características a nivel mundial y la primera de toda Europa, con capacidad para producir 500 millones de machos estériles a la semana y, lo que es más importante aún, gracias a esta apuesta de la Generalitat en la que este año invertiremos casi 9 millones de euros, estamos consiguiendo mantener a raya a una plaga como la Ceratitis que históricamente había causado

INFOPOST

FOMESA FRUITECH
Your postharvest partner since 1955

FYSIUM® + FRUITFOG®-PYR

Solución global de FOMESA FRUITECH para una óptima conservación en fruta de pepita

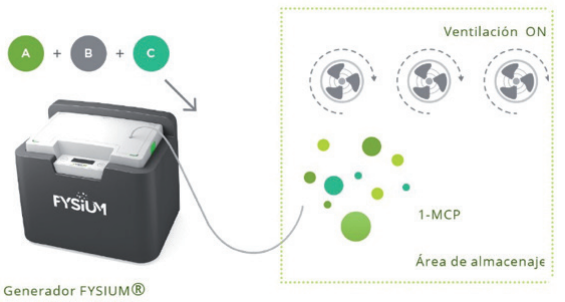
FOMESA FRUITECH es una empresa líder en tecnología postcosecha para fruta de pepita, presenta la aplicación combinada de dos productos de su catálogo, Fysium®, el cual mantiene la firmeza y la calidad de las manzanas durante un largo periodo de conservación, y FruitFog®-PYR, que previene y controla las principales enfermedades fúngicas en manzanas y peras, es la mejor solución integral para alargar la calidad de la fruta durante su almacenamiento.

FYSIUM®: TECNOLOGÍA INNOVADORA DE 1-MCP

Los beneficios que el 1-MCP aporta a la calidad de las manzanas durante su vida postcosecha son conocidos: mayor firmeza, mejor relación "ácido-azúcar" y reducción de la porción grasosa sobre la piel del fruto. El tratamiento con 1-MCP por tanto reduce las mermas del producto almacenado, y permite disponer de fruta de calidad tras muchos meses de conservación, con lo que se flexibilizan las ventas de la fruta en diferentes períodos, obteniendo un mayor beneficio económico.

Ventajas de la aplicación Fysium®:

- **Fysium®** consigue la generación in situ de la molécula de 1-MCP asegurando por tanto una aplicación perfecta



- **SEGURIDAD:** La aplicación se realiza desde el exterior de las cámaras, no exponiendo al operador ni al principio ni al final de la misma, generándose la dosis correcta de 1-MCP y en el momento adecuado y preciso.
- **CONTROL:** El sistema de control de flujo permite certificar que la aplicación se ha realizado correctamente.

FRUITFOG®-PYR: BOTE FUMÍGENO CON ENCENDIDO ELECTRÓNICO (SIN EXPOSICIÓN DEL OPERARIO) PARA TRATAMIENTO POSTCOSECHA DE MANZANAS Y PERAS

Formulado a base de pirimetanil al 25% [p/p]:

FRUITFOG®-PYR. Se trata de un bote fumígeno aplicado mediante sistema patentado por FOMESA FRUITECH de encendido electrónico

Ventajas del uso de FRUITFOG® PYR:

- Actividad preventiva y curativa
- Acción persistente y de larga duración
- Posee un elevado nivel de eficacia sobre los principales patógenos de manzanas y peras. Eficacia demostrada contra las podredumbres originadas por los hongos patógenos *Penicillium expansum y Botrytis cinerea*
- Está formulado como bote fumígeno, por lo que presenta la ventaja logística de no tener que manipular ni mojar la fruta. Se aplica directamente en la cámara, sin exposición del operario, y además presenta la ventaja de no generar aguas residuales.

GREENGARD-SCALD: Tratamientos drencher para fruta de pepita. Se trata de un potenciador de la resistencia natural contra el escaldado en conservaciones de media duración

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

El Grupo Operativo Citrustech innova en el manejo del suelo en cítricos

Las cubiertas vegetales permiten mitigar los efectos del cambio climático

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Grupo Operativo Citrustech sigue trabajando en el desarrollo de avances tecnológicos para la modernización y la sostenibilidad en la producción de cítricos con el objetivo de mitigar los efectos del cambio climático. Entre las técnicas innovadoras, en el grupo operativo se aborda el manejo del suelo mediante cubiertas vegetales. Este tipo de gestión, además de reducir el uso de herbicidas, y su posible repercusión al medio ambiente, reduce el uso del conjunto tractor-apero cuya utilización emite gases de combustión a la atmósfera y contribuyen al cambio climático. Asimismo, da lugar a una masa vegetal que absorbe emisiones de CO_2.

Pero en el proyecto también se impulsa la optimización de tratamientos fitosanitarios a través del uso de la herramienta de recomendación de volúmenes de caldo "CitrusVol". Esta herramienta puede reducir el volumen de caldo entre el 20 y el 40%, dependiendo de la plaga a tratar, el producto utilizado, el tamaño de los árboles y el marco de plantación. Esta reducción se debe a que el volumen recomendado por la herramienta se ajusta al tamaño y densidad real de la vegetación objetivo, adecuando el volumen de aplicación a la cantidad de vegetación que se pretende proteger, al tipo de plaga y al producto que se utiliza.

La utilización de esta herramienta supondrá, por lo tanto, "una reducción del uso de agua y producto fitosanitario lo que implicaría a su vez, una reducción del llenado de los depósitos y de los viajes para la carga de agua. Es por ello, que se produciría una reducción del gasto de gasoil y de emisiones de gases de combustión a la atmósfera, así como de fitosanitarios y sus derivados que pueden contribuir al cambio climático", según fuentes del GO Citrustech.

El grupo operativo aborda el manejo del suelo en cítricos mediante cubiertas vegetales. / ARCHIVO

Las cubiertas vegetales, además de reducir el uso de herbicidas, disminuyen el uso del conjunto tractor-apero y su emisión de gases a la atmósfera

El GO Citrustech trata de mejorar las técnicas de trabajo y optimizarlas para hacer un cultivo más sostenible tanto económica como medioambientalmente

Asimismo, no hay que olvidar la labor como sumidero de carbono de las plantaciones citrícolas que mejorando la rentabilidad del cultivo no se abandonarán.

El Grupo Operativo Citrustech está compuesto como socios solicitantes por Anecoop, el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA), la Universidad Politécnica de Valencia, García Carrión, Universidad Politécnica de Cartagena, Universidad de Córdoba y Cajamar. Así como con Asaja, Ailimpo, Revacitrus, Sunaran y Asociación de Citricultores de la Provincia de Huelva como socios colaboradores.

Este proyecto considera necesario mejorar las técnicas de trabajo, optimizarlas, para hacer un cultivo más sostenible tanto económica como medioambientalmente y así asegurar su continuidad.

Este proyecto está cofinanciado a través de una ayuda del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural-FEADER en un 80% y al 20% por fondos de la Administración General del Estado.

El importe total de subvención para la ejecución del mismo es de 587.734,05 euros.

LAIA CORTEL / Directora Comercial de Bioibérica - Plant Health

"Trabajamos globalmente, pero de manera local y a pie de campo"

La sostenibilidad global, y la sostenibilidad agrícola como parte fundamental, la producción con un uso eficiente de los insumos con una clara tendencia hacia la producción ecológica o de residuo cero son, para muchos, las claves del futuro cercano. Laia Cortel, directora Comercial de Bioibérica, comenta cómo se trabaja desde su compañía en esa dirección con la optimización de la fertilización y promoviendo la reducción de la dependencia de los pesticidas químicos manteniendo una estrategia de producción "100% de bioeconomía circular". En definitiva, "productos de alto valor añadido totalmente biodegradables sin riesgos para la salud y el medio ambiente, que cumplen con los más altos estándares de calidad y sostenibilidad mundial" creados con una mentalidad global, pero conociendo las particularidades y necesidades locales.

Laia Cortel cree que la conciencia de sostenibilidad global favorecerá una agricultura más sostenible. / BIOIBÉRICA

RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. *¿Cómo han vivido desde Bioibérica el reconocimiento social del sector agrícola como sector esencial como consecuencia de la pandemia?*

Laia Cortel. El reconocimiento del sector agrícola como sector esencial es indiscutible. Es importante que la sociedad haya reconocido el gran valor del trabajo de los agricultores equiparando su labor a las de otros colectivos esenciales como sanitarios o cuerpos de seguridad. Desde el comienzo de la pandemia, la labor de los agricultores y ganaderos ha resultado fundamental para asegurar el abastecimiento de alimentos para la población y creo que el reconocimiento era, por tanto, indudable.

VF. *¿Esta situación ha tenido repercusiones sobre su negocio?*

LC. Afortunadamente, en Bioibérica no hemos sufrido repercusiones negativas. La compañía brinda servicios esenciales y, por ese motivo, nuestra producción y suministro de heparina y otros ingredientes farmacéuticos, al igual que la cadena de producción de los productos para la agricultura ha funcionado con total normalidad. Sin embargo, hay países en los que exportamos donde hemos sufrido dificultades para mantener las operaciones comerciales habituales.

En España, en la primera fase de la pandemia tuvimos que trabajar con la incertidumbre propia de la situación, el teletrabajo y restricciones en el transporte de mercancías, tanto a nivel nacional como con terceros países. Gracias al respaldo de un equipo humano comprometido y al esfuerzo de adaptarnos a la situación, pudimos mantener nuestra actividad y seguir contando siempre con el apoyo de nuestros clientes.

VF. *¿Cree que la conciencia sobre la agricultura sostenible ha evolucionado como consecuencia de esta nueva situación?*

LC. Si, ¡al 100%! Estoy segura de que una mayor conciencia sobre la sostenibilidad global será uno de los mayores impulsos para el desarrollo de una agricultura más sostenible y el escenario postpandemia, junto al lanzamiento del Pacto Verde Europeo, hará evolucionar la producción agrícola a prácticas con una mayor eficiencia en el uso de los insumos y al incremento de la producción ecológica o de residuo 0.

Cera Trap® es un atrayente alimenticio 100% ecológico para el control de la mosca de la fruta. Es un cebo específico para la captura de Ceratitis capitata. / BIOIBÉRICA

VF. *¿Cómo contribuye Bioibérica a las prácticas de agricultura sostenible? ¿Y a la bioeconomía circular?*

LC. Las soluciones de Bioibérica en materia de agricultura sostenible van encaminadas a la optimización de la fertilización y a reducir la dependencia de los pesticidas químicos. Además, la estrategia de producción de Bioibérica es 100% de bioeconomía circular. Partiendo de materias primas de origen biológico y utilizando procesos diseñados para minimizar el consumo de recursos, obtenemos productos finales 100% orgánicos, eficientes y sostenibles.

VF. *Bioibérica es un referente en productos contra el estrés vegetal. ¿Cuál es el papel de los bioestimulantes a la hora de optimizar la fertilización? ¿Cómo pueden reducir la dependencia de pesticidas?*

LC. Los bioestimulantes de calidad estimulan el crecimiento y el desarrollo de las plantas a lo largo del ciclo de vida del cultivo. Su empleo potencia el metabolismo de las plantas para mejorar el rendimiento y la calidad del cultivo, especialmente frente a situaciones de estrés vegetal, ya sea por condiciones climatológicas adversas, como por afectaciones de enfermedades y plagas agrícolas. Los bioestimulantes también aumentan la eficiencia del uso de nutrientes y del agua, haciendo los cultivos más productivos y saludables, y reduciendo la necesidad de fertilizantes de síntesis química que pueden ser dañinos para el medio ambiente. Además, los bioestimulantes de aplicación radicular, se pueden utilizar como potenciadores de la salud del suelo, favoreciendo particularmente el desarrollo de microorganismos beneficiosos que ayudan tanto a optimizar la fertilización del cultivo como a potenciar el efecto bioprotector del suelo, reduciendo la dependencia de productos fitosanitarios.

> **"Las soluciones de Bioibérica en materia de agricultura sostenible van encaminadas a la optimización de la fertilización y a reducir la dependencia de los pesticidas químicos"**

> **"Desarrollamos soluciones para la mejora del uso eficiente de los nutrientes con formulaciones innovadoras que incrementan la biodisponibilidad de los nutrientes para las plantas"**

VF. *¿En qué líneas está trabajando Bioibérica para el desarrollo de nuevas soluciones?*

LC. Desde Bioiberica, estamos trabajando en desarrollar soluciones para la mejora del uso eficiente de los nutrientes con formulaciones innovadoras que incrementan la biodisponibilidad de los nutrientes para las plantas. De esta manera, promovemos la reducción de dosis y volúmenes de envases, así como la rentabilidad de la fertilización. Hemos empezado trabajando en el uso eficiente de micronutrientes y ahora estamos especialmente focalizados en el uso eficiente del nitrógeno y el calcio. Por otro lado, también queremos ampliar nuestra línea de Bioprotección, tanto a nivel de mejorar nuestra gama de atrayentes para las moscas de la fruta como de extender la línea de productos de Biocontrol.

VF. *¿Tienen previsto el lanzamiento de alguna novedad?*

LC. Recientemente hemos lanzado la nueva gama AminoQuelant® Flow en forma de suspensión concentrada con L-α-aminoácidos para el estrés carencial de los cultivos. Está formada por tres productos de nutrición biodisponible: AminoQuelant®-Mn Flow, AminoQuelant®-Zn Flow y AminoQuelant®-Zn/Mn Flow.

Bioibérica ofrece así al sector agrícola un producto más rico en micronutrientes y más eficiente en su absorción y translocación que, además, permite reducir la dosis de aplicación y el coste del tratamiento por hectárea.

VF. *¿Cuál es el principal argumento para que el agricultor se decida por las soluciones de Bioibérica si se quiere apostar por una agricultura sostenible?*

LC. Bioibérica crea y desarrolla productos de alto valor añadido totalmente biodegradables sin riesgos para la salud y el medio ambiente, que cumplen con los más altos estándares de calidad y sostenibilidad mundial. Sabemos, por propia naturaleza de la compañía, qué es trabajar en pro de la bioeconomía circular, entendiendo que es la forma más sostenible y rentable de aportar valor a la sociedad. Trabajamos globalmente, pero de manera local y a pie de campo con las realidades de cada zona y cultivo, y dando soporte a nuestros técnicos y agricultores con las limitaciones y necesidades que se encuentran en su día a día para que ellos, también, sean artífices de la producción sostenible de sus cultivos.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 17 al 23 de mayo de 2021, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante. (*Últimos precios recibidos).*

FRUTAS (10-21/04)	Euros/kg
Aceituna	1,50
Aguacate Hass	3,00
Albaricoque Bulida	2,50
Almendra	5,50
Cereza Burlat	5,00
Ciruela Otras, Familia Black, Roja	2,00
Coco Otras Variedades	0,80
Dátil Deglet Nour	3,50
Medjoul	6,00
Fresón Ventana	2,50
Higo Seco	2,50
Kiwi Pulpa Verde	1,50
Otras Variedades	2,30
Lima Persian (ácida)	1,80
Limón Verna	0,60
Mandarina Clemenule	2,00
Oronules	1,20
Mango Tommy Atkins	2,00
Manzanas Pink Lady	1,70
Fuji	1,45
Royal Gala	1,40
Golden	1,10
Otras Variedades	1,50
Melocotón Royal Glory, Rojo	1,50
Melón Piel de Sapo y similares	1,10
Galia	0,80
Naranja Lane Late	0,60
Navel Late	0,75
Otras Variedades	0,70
Nectarina Otras Variedades	1,20
Nuez	2,80
Papaya o Papayón	2,10
Paraguayo Otras Variedades	1,80
Pera Agua o Blanquilla	1,10
Conferencia	1,45
Piña Golden Sweet	0,90
Plátano Canarias 1ª	1,00
Canarias Extra	1,25
Macho	1,00
Americano o Banana	0,80
Americano o Banana, Otras Variedades	0,70
Pomelo Rojo	1,00
Sandía con Semilla	0,90
Uva Red Globe, roja	2,20
Sin semilla blanca	3,50
Blanca Otras Variedades	3,50
Sin semilla negra	3,20
HORTALIZAS	**Euros/kg**
Acelga de Hojas Lisas, Verde	0,60
Hojas Rizadas, Lyon	0,60
Ajo Blanco	1,80
Tierno o Ajete	2,00
Alcachofa Blanca de Tudela	0,50
Apio Verde	0,50
Berenjena Morada	0,60
Bróculi o Brócoli o Brecol	1,00
Calabacín Verde	0,60
Calabaza de Invierno	0,40
De Verano	0,50
Otras Variedades	0,60
Cardo	0,60
Cebolleta o Cebolla Tierna	2,50
Grano de Oro o Valenciana	0,60
Chirivía	1,00
Col Lombarda o Repollo Rojo	0,50
Hojas Lisas	0,50
Repollo Hojas Rizadas	0,35
Coliflor	1,00
Escarola Rizada o Frisée	0,70
Espinaca	0,70
Judía Verde Otras Variedades	7,00
Lechuga Cogollo	2,10
Hoja de Roble	0,75
Iceberg	1,50
Romana	0,40
Otras Variedades	0,75
Nabo	0,70
Perejil	0,60
Pimiento Rojo Lamuyo	0,30
Puerro	0,90
Rábano y Rabanilla	1,20
Romolacha Común o Roja	0,70
Resto de Hortalizas	0,60
Seta Champiñón	1,20
Tomate Asurcado Verde Raf	2,25
Liso Verde Rambo	0,90
Zanahoria o Carlota Nantesa	0,50
Rama	0,40
PATATAS	**Euros/kg**
Blanca Otras Variedades (Granel)	0,50
Blanca Spunta (Granel)	1,00
Roja Otras Variedades (Confec.)	1,50
Roja Otras Variedades (Granel)	1,50

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 20 de mayo de 2021, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	0,70
Aguacate	4,25
Almendra	7,50
Pomelo	1,20
Avellana	8,25
Caqui	1,50
Carambolas	4,00
Castañas	4,50
Cerezas	2,50
Cocos	0,50
Membrillo	1,00
Dátiles	6,00
Feijoas	4,00
Higo	8,00
Higos Chumbos	4,00
Frambuesa	1,50
Grosellas	13,00
Kiwis	2,30
Lichis	3,10
Lima	1,25
Limón	0,70
Fresa	1,75
Fresón	1,40
Granada	3,00
Mandarina Clementina	1,80
Satsuma	2,00
Otras	2,50
Mangos	6,00
Maracuyá	8,00
Melón Galia	0,95
Amarillo	0,85
Piel de Sapo	0,60
Otros	3,00
Moras	16,00
Nashi	0,75
Nectarina Blanca	1,10
Amarilla	1,00
Níspero	2,20
Nueces	9,00
Olivas	3,80
Papayas	3,00
Pera Blanquilla	1,10
Verano	2,00
Invierno	1,70
Temprana	0,75
Piña	1,40
Pitahaya	9,00
Plátanos Canario	1,10
Importación	0,80
Manzana Bicolor	1,45
Amarilla	1,10
Verde	1,20
Roja	1,20
Otras	1,30
Melocotón Amarillo	2,90
Rojo Pulpa Blanca	1,70
Rojo Pulpa Amarilla	2,00
Ciruela	1,50
Uva Blanca	3,00
Negra	2,10
Rambután	5,00
Sandía con semilla	1,70
Sin semilla	1,30
Naranja	0,90
Chirimoya	3,00
Otras Frutas	0, 90
HORTALIZAS	**Euros/kg**
Berenjena Larga	0,60
Redonda	2,25
Ajo Seco	3,50
Tierno	0,60
Apio	0,50
Acelgas	0,60
Batata	0,80
Borraja	1,00
Bróculi	2,00
Brecol	0,40
Calçots	0,13
Calabaza	0,55
Calabacín	0,45
Cardo	0,70
Alcachofa	0,70
Cebolla	
Seca	0,36
Figueras	1,70
Tierna	0,70
Pepino	0,55
Col	
Repollo	0,50
Bruselas	0,90
Lombarda	0,35
China	0,70
Coliflor	0,90
Berros	1,50
Lechuga	
Iceberg	0,90
Larga	0,50
Otras	0,40
Endibia	1,30
Escarola	0,75
Espárragos Blancos	10,00
Verdes	1,00
Espinaca	0,45
Haba	1,00
Hinojo	0,70
Perejil	0,35
Judía	
Bobi	3,00
Perona	3,50
Fina	1,40
Otras	1,60
Nabo	0,70
Zanahoria	0,50
Patata Blanca	0,37
Temprana	0,50
Roja	0,50
Pimiento	
Lamuyo	1,60
Verde	0,80
Rojo	1,10
Guisante	2,00
Puerro	1,15
Rábano	0,45
Remolacha	0,80
Tomate Maduro	0,60
Verde	0,75
Chirivía	1,20
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	**Euros/kg**
Seta Girgola	3,50
Rovellón-Níscalo	12,00
Champiñón	1,60
Otras Setas	10,00
Maíz	0,85
Caña de Azúcar	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 18 al 21 de mayo de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	1,50
Cerezas	2,50-3,40
Fresones	1,50-1,30
Limones	0,90
Manzana Golden	1,20
Melón Piel de Sapo	0,80
Naranja Navel	0,90
Nísperos	2,40
Pera Blanquilla	1,20
Sandías	0,75
HORTALIZAS	**Euros/kg**
Alcachofas	1,20-1,10
Cebollas	0,50-0,48
Espárragos	1,30-1,40
Judías Verdes Perona	2,20-2,00
Lechugas	0,36-0,33
Patatas Calidad	0,23-0,22
Primor	0,48-0,46
Pimientos Verdes	1,00
Tomate Maduro	0,70
Verde	0,80-0,90

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 3 al 9 de mayo de 2021. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	4,29
Albaricoque	1,83
Almendras	7,70
Cereza Picota	4,90
Ciruela	2,16
Chirimoya	2,51
Dátil	7,77
Fresa / Fresón	2,09
Kiwi / Zespri	3,32
Lima	1,85
Limón	0,80
Mandarina	
Clementina / Fortuna / Nadorcott	2,01
Mango	2,87
Manzanas	
O.V. / Pink Lady	2,55
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,28
Starking / R. Chief / Gloster / Galaxia	1,44
Reineta / Canadá Gris	1,88
Granny Smith	1,49
Royal Gala / Cardinale	1,38
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,40
Melocotón / Baby Gool	2,96
Melón / Galia / Coca	1,31
Naranja	
Salustiana	0,75
Navel	1,03
Navel Late / Nanelate / Lanelate	0,79
Valencia Late / Miaknight	0,78
Nectarina	1,93
Níspero / Nípola	2,16
Nuez	5,73
Papaya	2,20
Paraguayo	4,05
Pera	
Blanquilla o Agua	1,20
Ercolini / Etrusca	2,07
Conferencia / Decana	1,32
Piña	1,15
Plátano	1,19
Banana	0,83
Pomelo / Rubi Start	1,38
Sandía	0,98
Uva	2,66
Otros Frutos Secos	11,61
HORTALIZAS	**Euros/kg**
Acelga	0,88
Ajo Seco	2,79
Tierno o Ajete	13,00
Alcachofa	1,04
Apio	1,06
Batata / Boniato	1,58
Berenjena	0,66
Bróculi / Brecol	1,15
Calabacín	0,56
Calabaza / Marrueco	0,76
Cebolla / Chalota	0,60
Cebolleta	0,78
Champiñón	2,03
Col Repollo	0,54
Lombarda	0,70
Coliflor / Romanescu	0,80
Endivia	2,10
Escarola	1,28
Espárrago Verde	2,93
Espinaca	1,46
Guisante	3,42
Haba Verde	1,18
Judía	
Verde Fina (Brasileña)	2,92
Boby / Kora / Striki	1,90
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	2,25
Lechuga O.V.	0,59
Cogollo	1,79
Iceberg	0,88
Nabo	0,87
Pepino	0,68
Perejil	1,44
Pimiento Verde	0,90
Rojo (Asar)	1,26
Puerro	1,66
Rábano / Rabanilla	2,27
Remolacha	1,40
Seta	3,30
Tomate O.V.	1,13
Cherry	1,98
Daniela	0,94
Zanahoria	0,67
Hierbabuena	2,50
PATATAS	**Euros/kg**
Nueva o Temprana	0,49
Añeja	0,28

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 17 al 21 de mayo de 2021, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	2,95
Aguacate	
Fuerte	4,50
Hass	4,85
Otras Variedades	5,45
Albaricoque	
Otras Variedades	4,73
Moniqui	3,20
Almendra	1,50
Cacahuete	1,65
Cereza Picota	4,95
Chirimoya Otras Variedades	4,15
Ciruela Otras Familia Black, Roja	2,20
Coco Otras Variedades	0,95
Fresón Otras Variedades	11,95
Granada Otras Variedades	2,95
Guayaba/o Otras Variedades	3,00
Higo Chumbo	1,15
Kiwi Kiwigold	5,95
Pulpa Verde	3,85
Limón	
Fino o Primafiori	0,95
Otras Variedades	0,95
Verna	0,95
Mandarina	
Clemenlate	1,78
Ortanique	1,75
Clemenvilla o Nova	1,75
Manga Kent	6,95
Mango Tommy Atkins	1,75
Manzanas	
Fuji	1,70
Golden	1,73
Granny Smith	1,45
Otras Variedades	1,65
Royal Gala	1,58
Starking o Similares	1,55
Melocotón	
Merryl y Elegant Lady, Rojo	2,42
Otras Variedades	2,75
Baby Gold	2,35
Melón	
Piel de Sapo y Similares	1,90
Galia	1,95
Amarillo	1,60
Otras Variedades	1,90
Naranja	
Lane Late	0,95
Navel Late	0,95
Valencia Late	0,95
Nectarina	
Carne Blanca	2,92
Carne Amarilla	2,65
Níspero	2,45
Nuez	4,95
Papaya	
Grupo Solo y Sunrise	1,77
Papayón (2-3 kg/ud)	1,81
Paraguayo Otras Variedades	3,20
Pera Conferencia	1,15
Otras Variedades	1,25
Ercolini / Morettini	1,75
Piña Golden Sweet	2,58
Plátanos Canarias Primera	1,06
Canarias Segunda	0,87
Canarias Extra	1,27
Pomelo Rojo	1,25
Amarillo	1,25

MERCADOS NACIONALES

Ailimpo. Coyuntura mercado de limón y pomelo

Resumen informativo de la coyuntura de mercado del limón y pomelo en España facilitada por Ailimpo-Consejería de Agricultura de Murcia, durante el periodo comprendido del 10 al 16 de mayo de 2021. Precios origen. Semana 19/2021.

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 Verna todo limón: 0,28-0,36 €/Kg

Ajuste de cotizaciones en origen para la fruta comercial. El elevado porcentaje de fruta gorda no apta para el mercado, sumado a la cítrica natural, no encuentra salida en la industria y puede llegar a dificultar el trabajo de los almacenes. Las compras se limitan a fruta de calibres con demanda por los clientes. La Organización Mundial de Cítricos (WCO) celebró su asamblea general la semana pasada y se anunciaron las previsiones de producción de **limón** de ***Argentina*** con 1.470.000 tons (-5% respecto a 2020) y ***Sudáfrica*** con 676.000 tons (un aumento del 15% en comparación con la campaña pasada). Y recordamos una semana más que, sin duda es clave la diferenciación del limón español a través de la Campaña de Promoción de AILIMPO www.thelemonage.eu que se financia con fondos europeos y la aportación del sector a través de la Extensión de Norma de 0,6 €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

Mercado a la espera de la fruta de ***África del Sur***. El avance de la campaña de fruta hace que la oferta sea muy diversa y competitiva. Campaña corsa ya en su recta final. ***África del Sur*** ha anunciado una previsión de cosecha de **pomelo** para este verano de 441.000 toneladas, lo que representa un aumento del 9% respecto 2020.

Sandía	
Con Semilla	0,95
Sin Semilla	0,96
Uva	
Blanca, Otras Variedades	2,53
Negra, Otras Variedades	1,50
Red Globe, Roja	2,20
Italia o Ideal (Moscatel Italiano)	1,95
Resto de Frutas	0,95
HORTALIZAS	**Euros/kg**
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	1,45
Ajo Blanco	3,15
Morado	3,25
Alcachofa	
Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	1,07
Berros	1,45
Boniato o Batata	2,37
Bróculi, Brecol o Brócoli	2,39
Calabacín Blanco	0,49
Verde	2,45
Calabaza de Invierno	1,13
De Verano	1,05
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,63
Morada	1,24
Recas o Similares	1,45
Cebolletas o Cebolla Tierna	1,15
Col China o Pekinensis	0,95
Lombarda o Repollo Rojo	0,83
Repollo Hojas Rizadas	0,45
Coliflor	1,01
Endivia	0,95
Escarolas Rizada o Frisée	0,91
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla	
Verde	3,50
Roja	2,50
Guisante	2,95
Haba Verde o Habichuela	3,30
Hinojo	2,45
Judía Verde Boby	1,34
Verde Elda	0,30
Verde Otras Variedades	2,89
Lechuga Otras Variedades	0,45
Romana	0,39
Maíz o Millo	0,64
Nabo	0,95
Pepino	
Corto o Tipo Español	0,55
Largo o Tipo Holandés	0,80
Perejil	0,15
Pimiento	
Amarillo, tipo California	1,30
Otras Variedades	1,42
Rojo Lamuyo	1,55
Verde Italiano	1,77
Verde Padrón	2,49
Puerro	1,43
Rábano y Rabanilla	0,15
Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	1,95
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,95
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	1,10
Liso Rojo Canario	1,25
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	0,82
Jengibre	1,50
Ñame o Yame	3,45
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,15
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS *(Granel)*	**Euros/kg**
Blanca, Otras Variedades	0,65
Blanca Spunta	0,88
Otras Variedades	0,95
Roja, Otras Variedades	0,95

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 18 al 21 de mayo de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	**Euros/kg**
Albaricoques	1,85
Cerezas	4,00
Fresones	1,57
Limones	0,75
Manzanas Golden	0,95
Melón Piel de Sapo	1,60
Naranja Navel	0,65
Nísperos	2,00
Peras Blanquilla	1,25
Sandías	0,65
HORTALIZAS	**Euros/kg**
Alcachofas	0,90
Cebollas	0,40
Espárragos	4,00
Judías Verdes Perona	1,90
Lechugas	0,56
Patatas Calidad	0,32
Primor	0,50
Pimientos Verdes	1,10
Tomates Verdes	1,35

Mercamurcia

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 17 de mayo de 2021. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A.

FRUTAS	**Euros/kg**
Aguacate	
Fuerte	3,00
Hass	2,25
Otras Variedades	2,15
Albaricoque Otras Variedades	0,75
Bulida	0,65
Almendra Seca	8,00
Cereza	
Picota	4,25
Otras Variedades	2,50
Chirimoya Otras Variedades	2,40
Ciruelas Red Beauty, Roja	1,25
Otras Variedades	3,50
Coco en Seco (caja 10-14 p)	0,65
Dátil	
Deglet Nour	2,90
Medjoul	6,00
Otras Variedades	2,40
Fresón Otras Variedades	3,00
Higo Chumbo	2,90
Kiwi	
Pulpa Verde	2,65
Otras Variedades	1,40
Otras Variedades Nacional	1,80
Lima Mejicana (Ácida)	1,75
Limón Verna	0,50
Mango Haden	2,00
Tommy Atkins	2,20
Otras Variedades	1,50
Manzanas Golden	1,10
Starking o similares	1,10
Granny Smith	1,40
Royal Gala	1,20
Fuji	1,10
Pink Lady	1,90
Otras Variedades	1,70
Melocotón Fresquilla o Pavía	0,80
Otras Variedades	1,70
Melón	
Piel de Sapo (y similares)	1,20
Galia	0,60
Futuro	1,20
Naranja Valencia Late	0,65
Lanelate	0,85
Nectarina Otras Variedades	1,40
Níspero Tanaka	1,75
Otras Variedades	1,80
Nuez	2,75
Papaya Otras Variedades	2,10
Solo o Sunrise	1,75
Paraguayo Otras Variedades	1,50
Pera Ercolini / Morettini	1,80
Agua o Blanquilla	0,90
Conferencia	1,00
Piña Golden Sweet	1,10
Otras Variedades	0,80
Plátanos Canarias Extra	1,10
Canarias 1ª	0,95
Canarias 2ª	0,80
Americano o Banana	0,75
Macho	1,00
Pomelo Rojo	0,90
Otras Variedades	0,70
Sandía con Semilla	0,55
Sin Semilla	0,75
Uva Sin Semillas, Blanca	3,65
Sin Semilla, Negra	4,00
Tamarindo	3,70
HORTALIZAS	**Euros/kg**
Acelga Hojas Lisas, Verde	0,50
Ajo	
Blanco	2,80
Tierno o Ajete	2,40
Morado	3,50
Otras Variedades	2,30
Alcachofa	
Blanca de Tudela	1,40
Otras Variedades	1,00
Apio Verde	0,45
Amarillento	0,55
Berenjena Morada	1,10
Otras Variedades	0,70
Boniato o Batata	1,00
Bróculi/Brecol	0,75
Calabacín Verde	0,70
Blanco	0,80
Calabaza	
De Verano	0,55
De Invierno	1,90
Otras Variedades	0,45
Cardo	0,90
Cebolla	
Grano de Oro o Valenciana	0,38
Babosa	0,30
Morada	0,50
Blanca Dulce de Ebro	0,90
Tierna o Cebolleta	0,70
Chirivia	0,90
Col	
Repollo Hojas Rizadas	0,75
Lombarda o Repollo Rojo	0,50
Coliflor	0,55
Endivia	2,00
Escarola Rizada o Frisée	1,00
Lisa	1,00
Espárrago Verde o Triguero	2,50
Espinaca	1,00
Guisante	2,25
Judía	
Verde Fina	3,60
Boby	2,45
Perona	2,40
Lechuga	
Romana	0,45
Iceberg	0,55
Cogollo	0,80
Hoja de Roble	1,30
Lollo Rosso	1,30
Otras Variedades	0,25
Nabo	0,95
Pepino Corto o Español	0,60
Perejil	0,65
Pimiento	
Verde Italiano	0,95
Rojo Lamuyo	1,10
Verde Padrón	2,25
Puerro	0,80
Rábano y Rabanilla	1,40
Remolacha Común o Roja	0,55
Seta Champiñón	1,70
Girgola o Chopo	3,15
Tomate Liso Rojo Daniela/Long Life/	
Royesta	0,65
Liso Rojo Rama	0,80
Rojo Pera	0,75
Cherry	1,90
Verde Rambo	0,80
Liso Rojo Canario	0,60
Verde Mazarrón	0,85
Asurcado Verde Raf	3,00
Kumato	1,10
Muchamiel	1,40
Otras Variedades	1,00
Zanahoria o Carlota en Rama	0,55
Carlota Nantesa	0,45
Jengibre	2,60
Ñame o Yame	1,15
Ocra o Quimbombó	3,50
Tamarillo Otras Variedades	4,50
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,00
Hortalizas IV Gama	3,40
PATATAS	**Euros/kg**
Nuevas	0,45
Blanca Spunta (Granel)	0,35
Rojas Otras Variedades (Granel)	0,40

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

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 18 al 21 de mayo de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	**Euros/kg**
Albaricoques	1,40-1,35
Cerezas	3,25-3,05
Fresones	2,05-1,70
Limones	0,70-0,75
Manzanas Golden	1,30-1,40
Melón Piel de Sapo	1,45-1,40
Naranja Navel	0,80-0,60
Nísperos	2,00-2,70
Pera Blanquilla	1,20-1,10
Sandías	1,00-0,70
HORTALIZAS	**Euros/kg**
Alcachofas	1,20-0,95
Cebollas	0,46-0,41
Espárragos	4,20-5,90
Judías Verdes Perona	1,60
Lechugas	0,38-0,40
Patatas Calidad	0,40
Primor	0,58-0,50
Tomates Maduros	0,90-0,70
Verdes	0,90-0,85

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 17 al 23 de mayo de 2021, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS	**Euros/kg**
Aguacates Hass (local)	4,80
Albaricoque (no local)	2,20
(local)	3,10
Cerezas (no local)	4,40
Ciruelas Moradas (no local)	2,00
Chirimoyas (no local)	3,50
Cocos (no local)	1,20
Fresones (no local)	2,45
(local)	4,00
Granadas (no local)	2,45
Limón Otros (local)	0,85
Otros (no local)	0,90
Primofiori (no local)	0,90
Mandarinas	
Otras (no local)	1,70
Ortanique (no local)	1,40
Manzanas	
Golden (no local)	1,40
Reineta (no local)	1,60
Granny Smith (no local)	1,40
Red Chief (no local)	1,80
Royal Gala (no local)	1,60
Fuji (no local)	1,75
Otras (no local)	1,70
Melocotones	
Rojos (no local)	2,00
Amarillos (no local)	2,50
Melones	
Piel de Sapo (local)	1,00
Piel de Sapo (no local)	1,80
Galia (local)	1,50
Naranja	
Salustiana (no local)	0,65
Zumo Pequeña (local)	0,85
Extra Grande (local)	1,00
Valencia Late (no local)	1,10
Nectarinas (no local)	2,60
(local)	2,60
Nísperos (local)	2,60
(no local)	2,40
Paraguayos (no local)	3,65
Peras	
Conference (no local)	1,20
Ercoline (no local)	1,65
Devoe (no local)	1,35
Otras (no local)	1,40
Blanquilla (no local)	0,80
Lima (local)	1,60
(no local)	2,50
Piña Tropical (local)	2,90
Tropical Dulce (local)	3,00
Plátanos	
Extra (local)	1,15
Primera (local)	0,80
Segunda (local)	0,60
Pomelos (no local)	1,50
Sandías (local)	1,00
(no local)	0,85
Sin pepitas (local)	1,10
Uvas Red Globe (no local)	2,25
Aledo (no local)	2,95
Papaya Hawaiana (local)	1,30
Cubana (local)	1,30
Híbrida (local)	1,00
Guayabos (local)	3,30
Kiwi (no local)	2,35
Duraznos Pequeños (local)	2,80
Frambuesas (no local)	1,55
Moras (no local)	17,00
(local)	10,00
Arándanos (no local)	14,00
HORTALIZAS	**Euros/kg**
Acelgas (local)	0,90
Ajos (no local)	3,30
Pais (local)	4,50
Albahaca (local)	7,50
Alcachofas (local)	3,30
(no local)	3,30
Apio (local)	1,30
(no local)	1,10
Berenjenas Moradas (local)	0,90
Bubangos (local)	1,00
Calabacines (local)	0,25
Redondos (local)	0,40
Zucchini (local)	0,90
Zucchini (no local)	0,60
Calabazas (local)	0,80
(no local)	0,85
Cebollas Cebolletas (local)	1,10
Blancas (no local)	0,60
Blancas (local)	0,80
Moradas (no local)	1,10
Moradas (local)	1,30
Cebollino (local)	10,00
Coles Repollo (local)	0,30
Repollo (no local)	0,40
Lombardas (local)	0,40
China (local)	0,70
Coliflor (local)	1,00
Champiñón (no local)	1,90
Endivias (no local)	2,40
Escarolas (local)	0,70
Espárragos Trigueros (no local)	4,00
Blancos (no local)	8,00
Espinacas (local)	1,60
Habichuelas Redondas Boby (local)	1,00
Redondas Boby (no local)	1,60
Coco Planas (local)	1,00
Lechugas	
Batavia (local)	1,20
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
Colinabos (local)	2,00
Pepinos (local)	0,30
(no local)	0,50
Perejil (local)	2,60
Pimientos	
Verdes (no local)	1,20
Verdes (local)	1,30
Rojos (local)	1,50
Rojos (no local)	1,50
Padrón (local)	2,80
Amarillos (local)	2,20
Puerros (local)	1,30
(no local)	1,70
Rabanillas (local)	1,00
Rábanos (local)	2,00
(no local)	2,90
Romero (local)	15,00
Rúcula (local)	4,80
Setas (no local)	4,00
(local)	5,50
Tomates	
Pera (local)	1,20

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 20-2021, del 11 al 19 de mayo de 2021, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
(Kg/árbol, cotización más frecuente)		
Naranjas Navel Powel	0,33-0,40	Castellón
Valencia Late	0,30-0,45	Alicante
Valencia Late	0,33-0,41	Castellón
Valencia Late	0,30-0,42	Valencia
Valencia Late	0,30-0,38	L. Valencia
LIMÓN		
Verna	0,30-0,40	Alicante
FRUTAS	**Euros/Kg**	**Zona**
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Albaricoque temprano	1,00-1,22	Valencia
Melocotón extratemprano	0,52	Valencia
Nectarina Blanca	0,63-1,19	Valencia
Amarilla	0,72-1,20	Valencia
Níspero Algar	1,09	Alicante
HORTALIZAS	**Euros/Kg**	**Zona**
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Acelga	0,35-0,52	Alicante
Ajo Tierno	1,80-2,00	Alicante
Alcachofa Consumo Fresco	0,30-0,81	Alicante
Consumo Fresco	0,40-0,85	Castellón
Industria Corazones	0,15-0,60	Alicante
Industria Perolas	0,10-0,13	Alicante
Industria Troceado	0,10-0,22	Alicante
Industria Troceado	0,30-0,38	Castellón
Apio Verde	0,18-0,30	Alicante
Berenjena Rallada	0,47-0,69	Alicante
Rallada	0,55	Valencia
Negra	0,40	Valencia
Boniato Blanco	0,57-0,60	Alicante
Rojo	0,60-0,62	Alicante
Calabacín	0,18-0,37	Alicante
	0,30-0,35	Castellón
	0,25-0,35	Valencia
Blanco	0,85	Castellón
Calabaza Tipo Cacahuete	0,18-0,32	Alicante
Cebolla Tierna (manojo)	0,38-0,50	Castellón
	0,45	Alicante
Cebolla Spring	0,19-0,26	Valencia
Col Lombarda	0,22-0,28	Castellón
Brócoli	0,38	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,13-0,25	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,26	Castellón
Repollo Hoja Rizada	0,15-0,25	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,27-0,37	Castellón
Coliflor Blanca	0,22-0,70	Alicante
Blanca	0,25-0,55	Castellón
Espinaca	0,97-1,02	Alicante
Haba Muchamiel	0,51-0,80	Castellón
Valenciana	0,80-1,00	Castellón
Habichuela Blanca	5,10-5,95	Castellón
Judía Boby	2,51-3,01	Alicante
Perona	2,34	Castellón
Lechuga Maravilla	0,23-0,57	Castellón
Romana	0,23-0,32	Alicante
Romana	0,23-0,36	Castellón
Trocadero	0,29-0,65	Castellón
Little Gem	0,33-0,51	Alicante
Patata Blanca	0,27-0,47	Alicante
Blanca	0,18-0,31	Valencia
Blanca	0,35-0,40	Castellón
Roja	0,35-0,45	Castellón
Pepino Blanco	0,30-0,47	Alicante
	0,50-0,63	Castellón
Pimiento California Amarillo	0,70	Alicante
California Rojo	0,80	Alicante
California Verde	0,90	Alicante
Lamuyo Rojo	0,40-1,12	Alicante
Lamuyo Verde	0,40-1,00	Alicante
Dulce Italiano	0,85-0,95	Alicante
Industria	0,08-0,20	Alicante
Tomate Acostillado	0,65-1,40	Alicante
Raff	0,77-0,85	Castellón
Valenciano	1,53-2,13	Castellón
Valenciano	1,41-1,80	Valencia
Redondo Liso	0,69-1,14	Alicante
Redondo Liso	0,85-1,50	Castellón
Redondo Liso	0,70-1,80	Valencia
Pera	1,11	Castellón
FRUTOS SECOS	**Euros/Kg**	**Zona**
(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)		
ALMENDRAS		
Comuna	2,91-3,01	Alicante
Comuna	2,80-3,00	Castellón
Largueta	4,56-4,66	Alicante
Marcona	6,11-6,21	Alicante
Marcona	6,00-6,40	Castellón
Planeta	2,91-3,01	Alicante
INDUSTRIALES	**Euros/Kg**	**Zona**
(Entrada almacén. Cotización más frecuente)		
ACEITE Oliva Lampante >2º	2,85-2,95	Castellón
Oliva Vírgen 0,8º-2º	3,25-3,30	Castellón
Oliva Vírgen Extra	3,40-3,50	Castellón
Garrafa Entera	0,95-1,05	Castellón

Pera (no local)	1,30
Salsa (local)	0,60
Ensalada (local)	1,00
Ensalada (no local)	1,40
Raff (no local)	3,00
Cherry (no local)	2,80
Cherry (local)	2,00
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias	
Segunda (no local)	0,62
Segunda (local)	0,90
Primera (local)	1,70
Primera (no local)	1,20
Batatas	
Otras (local)	2,00
Otras (no local)	1,75
Blancas (local)	2,00
Yema Huevo (local)	2,00
Lanzarote (no local)	1,80
Pimientas	
Otras (local)	3,50
Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	6,00
Berros (local)	1,80
Arvejas (local)	4,00
Beterrada (local)	1,00
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	4,40
Maíz Cocido (no local)	2,40
Piña Millo Dulce (local)	1,80
(no local)	1,80
Ñames (local)	5,50
Pantanas (local)	1,60
Piña de Millo (local)	2,10
(no local)	2,40
Brecol (local)	2,20
(no local)	2,00
Hierba Huerto (local)	4,50
PATATAS	**Euros/kg**
Patatas	
Otras Blancas (local)	0,90
Otras Blancas (no local)	0,85
Up to Date (local)	1,30
King Edward (local)	1,20
Cara (local)	0,80
Cara (no local)	0,80
Bonita (local)	4,80
Rosada (local)	1,30
Negra (local)	5,50
Spunta (no local)	0,90
Spunta (local)	1,00
Negra Oro (local)	6,00
Slaney (local)	0,85
Red-Cara / Druid (local)	0,85
Red-Cara / Druid (no local)	0,90
Colorada Baga (local)	3,50
Galáctica (local)	0,85
Rooster (local)	1,10

Mercavalència

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 18 al 21 de mayo de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albariocoque	1,50-2,050
Cerezas	3,00-1,50
Fresones	2,00
Limones	0,75
Manzanas Golden	0,85
Melón Piel de Sapo	0,60
Naranja Navel	0,90
Nísperos	1,75
Pera Blanquilla	1,00-1,25
Sandías	1,20-0,70
HORTALIZAS	**Euros/kg**
Alcachofas	0,30
Cebollas	0,35-0,30
Espárragos	4,00
Judías Verdes Perona	2,00
Lechugas	0,30
Patatas Calidad	0,80-0,90
Primor	0,45-0,30
Pimientos Verdes	0,80-0,90
Tomates Maduros	0,40-0,30
Verdes	0,75-0,50

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 21 de mayo de 2021, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.)	1,15
Coco	0,80
Kiwi	1,15
Limón	0,90
Manzana Royal Gala	0,80
Golden	0,75
Melón Galia	0,95
Membrillo	0,75
Pera	0,95
Conferencia	0,80
Piña	0,90
Plátano de Canarias	0,95
Papaya	1,55
Uva Blanca	1,45
Roseti	1,30
VERDURAS Y HORTALIZAS	**Euros/kg**
Boniato Rojo	0,90
Boniato	0,75
Calabacín	0,80
Calabaza	0,59
Guindilla	1,29
Jengibre	2,55
Judía	1,20
Espárrago	0,45
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 19, del 10 al 16 de mayo de 2021, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Tarragona	
Acelga	0,47
Alcachofa	0,52
Cebolla	0,17
Coliflor	0,27
Lechuga Romana	0,15
Escarola	0,23
Judía Plana	1,30
Puerro	0,98
Tomate	0,35
El Llobregat	
Apio	0,45
Acelga	0,50
Bróculi	0,90
Alcachofa	0,50
Cebolla Tierna	0,50
Col	0,50
Coliflor	1,10
Lechuga Romana	0,40
Escarola	0,70
Espinaca	0,50
Habas	0,40
Nabo	0,90
Zanahoria	0,50
Puerro	1,05
Tomate Híbrido	1,00
El Maresme	
Ajo Tierno (manojo)	0,65
Apio (unidad)	0,40
Acelga (manojo)	0,45
Alcachofa	0,50
Cebolla Tierna (manojo)	0,60
Lechuga Romana (unidad)	0,45
Hoja Rizada (unidad)	0,50
Espinacas	0,60
Perejil (manojo)	0,30
Zanahoria (manojo)	0,55
Puerro	0,90
Rábano	0,45
Tomate Híbrido	1,00

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

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 20 de mayo de 2021. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa rama campo 1ª	159,00
Rama campo 2ª	120,00
AVENA	
Avena Blanca	162,00
Rubia	169,00
Forraje Avena	62,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada Pienso –62 kg/hl	189,00
Pienso +62 kg/hl	194,00
CENTENO	
Centeno	190,00
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	243,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	254,00
Duro Proté=12%	249,00
Extensible Chamorro	221,00
Forrajero	217,00
Gran Fuerza w 300	232,00
Media Fuerza w –300	221,00
Panificable	219,00
Triticales	204,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	217,00
Yero Grano	194,00

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 18 de mayo 2021. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	182,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	245,00
CENTENO	
Centeno	218,00
COLZA	
Importación 34/36%	348,00
GARROFA	
Harina	125,00
Troceada	135,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	247,00
GIRASOL	
Importación 34%	330,00
Semillas de Girasol	550,00
Torta de Girasol	330,00
Importación 28/3	248,00
MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación	340,00
Importación	278,00
Importación CE	286,00
MIJO	
Importación	410,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%	414,00
Harina	
Soja Nacional 47%	412,00
Aceite Crudo de Soja	1.280,00
Salvados de Soja	187,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	207,00
Forrajero	254,00
Panificable, mín. 11	259,00
Triticales	S/C

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	300,00
Forrajero Importación	307,00
ACEITE	
Palmiste Importación	225,00
Crudo de Palma	1.140,00

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 20 de mayo de 2021. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo TD1	S/C
Grupo TD2	S/C
Grupo TD3	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo TB3	224,00
Grupo TB4	221,00
Grupo TB5	219,00
OTROS PRODUCTOS	
Triticale	214,00
Cebada	202,00
Avena	S/C
Maíz	S/C
Guisantes	S/C
Colza	480,00
Guisantes	264,00

La próxima sesión se celebrará el día 27 de mayo de 2021.

Anexo de cotizaciones de Trigos Duros afectados con GMF (Germinados, Maculados y Fusariados). Precios orientartivos, origen Córdoba, agricultor, del 20 de mayo de 2021.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO (Maculados GMF 10)	
Grupo 1	269,00
Grupo 2	267,00
Grupo 3	S/C
TRIGO DURO (Maculados GMF 15)	
Grupo 1	267,00
Grupo 2	265,00
Grupo 3	S/C

Mesa de almendras de la Lonja de Contratación de Productos Agrarios de Córdoba. Cotización para partidas de grano de almendra en cáscara, situado sobre el almacén partidor. Acta de la sesión del 20 de mayo 2021. Precios orientativos agricultor en destino.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Belona	4,30
Soleta	3,05
Floración Tardía Monovarietal	3,05
Comuna	
Tradicional (máx. 0,2)	2,95
Ecológica	S/C

Próxima sesión el 3 de junio de 2021.

Lonja de Binefar

Información de precios orientativos de los cereales, acordados como más representativos, referidos al 19 de mayo de 2021. Sobre camión con destino fábrica, posición Binefar.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz	282,00
Cebada 64 k/hl	234,00
Trigo	
Pienso	249,00
Panificable	253,00
ALFALFA	**Euros/Tm**
Rama 1ª - A	133,00-138,00
Rama 2ª	124,00-129,00
Rama 3ª	100,00-105,00

Precio medio s/camión, salida fábrica de zona.

Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 17 de mayo de 2021, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS GRANO	
Comuna Ecológica	7,60
Pelona	2,10
Común	2,70
Largueta	4,40
Mallorca	2,60
Marcona	5,95
Mollar	2,60
Mollar cáscara	0,75
Rofes cáscara	0,70
AVELLANAS	
San Giovanni, libra	1,60
Tonda, libra	1,70
Corriente, libra	1,70
Negreta, libra	1,85
PIÑÓN	
Andalucía	67,50
Castilla	67,50

MERCADOS NACIONALES

Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 10 al 16 de mayo de 2021.

CEREALES

■ **De invierno:** ***Almería*****:** En ***los Vélez***, los **cereales** se encuentran en buenas condiciones y presentan el desarrollo normal de esta época del año. Las precipitaciones registradas semanas atrás, quizás no producirán demasiados beneficios, por haber ocurrido un poco tarde. El cultivo se encuentra saliendo del espigado en las zonas más tardías y entrando en la fase de formación de granos en las más tempranas. En las comarcas del ***Bajo Almanzora*** y ***Campo de Níjar*** los **trigos** se encuentran retrasados, no tuvieron un buen ahijamiento y el número de espigas se ha reducido. Las **cebadas cerveceras** presentan en estas zonas mayor retraso respecto al **trigo** y se encuentran espigando en estos momentos. ***Cádiz*****:** El estado fenológico más tardío es el BBCH 51-59 (Espigado), el estado predominante es BBCH 87-89 (Grano pastoso-grano maduro) y el más avanzado es BBCH 92-99 (Senescencia). Se observan en la comarca ***Costa Noroeste*** **trigos duros** de la variedad D. Sebastián en fase de maduración de granos, los **trigos** se encuentran en fase de grano pastoso en muchas parcelas. En comarcas como la ***Sierra***, el estado fenológico se encuentra más retrasado con parcelas en fase de espigado como la zona de ***Olvera***. ***Córdoba*****:** El Estado fenológico dominante en los **cereales de invierno** es el BBCH 83-87 (Grano pastoso) seguido de BBCH 71-77, (Grano lechoso) y también comienza a observarse el estado BBCH 89 (Grano maduro). Las lluvias y temperaturas suaves de las últimas semanas han ralentizado y mejorado el desarrollo de los **cereales**, si bien en los secanos ya se habían producido daños que van a minorar los rendimientos por hectárea. Las **cebadas** se encuentran algo más tardías y ha comenzado la recolección del triticale. ***Granada*****:** Continúa el desarrollo del **cereal**, generalizándose el estado de grano lechoso y evolucionando hacia grano pastoso. Las previsiones de producción son poco halagüeñas. ***Huelva*****:** El estado fenológico más retrasado es el BBCH 81-86 (Grano Pastoso) y el predominante es el BBCH 87-89 (Maduración de Grano). Las parcelas de **trigos**, tanto blandos como duros se encuentran muy avanzadas en la maduración de granos. Se observan espigas que no están completas en su maduración y aparecen con una formación de grano media-baja. Las **cebadas** se encuentran en fase de maduración y comenzará la recolección en una semana o diez días. La producción media aforada en las zonas con tierras más arenosas es de unos 2.000 kg/ha y de 2.500 kg/ha en tierras más francas. ***Jaén*****:** El estado fenológico de los **cereales** en la provincia se encuentra entre el comienzo del espigado para fincas sembradas tardíamente y en zonas de más altitud y otras en las que se observa ya la fase de llenado de granos, en grano pastoso. En la zona de ***Antequera*** se observan **trigos blandos** sobre todo de las variedades Arthur Nick y Tocayo. Para el **trigo duro**, Amilcar es de las variedades más empleadas. ***Sevilla*****:** La mayoría de las siembras de **cereales de invierno** se ven doradas y predomina el estado de grano pastoso, mientras que en las más adelantadas predomina el grano maduro. Con la subida de las temperaturas se acelera la evolución de los cereales y se va incrementando el ritmo del inicio de la recolección. Desarrollo de la inflorescencia y buenas condiciones para la granazón en las parcelas de **quinoa** que empieza a madurar. ■ **De primavera:** ***Córdoba*****:** El estado fenológico predominante del **maíz** es el BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas) y comienzo de desarrollo de la **caña**. El cultivo tuvo una buena nascencia, realizándose en la actualidad trabajos de instalación de las gomas de goteo para rápidamente comenzar con el riego y el aporte de nitrógeno. ***Sevilla*****:** Tras las nivelaciones, comienza el abonado, inundación, siembra y germinación de las primeras tablas en el cultivo del **arroz**. Despliegue de las hojas del **maíz** que empiezan a estirar la **caña** y a mostrar el penacho de la flor masculina en las siembras más adelantadas.

LEGUMINOSAS

Cádiz**:** Se han recogido parcelas de **habas** en la comarca de ***La Campiña de Cádiz*** con rendimientos de 1.000-1.200 kg/ha. Los **guisantes** han comenzado la campaña con producciones de unos 1.000-1.300 kg/ha en la comarca de ***La Campiña***. Los **garbanzos** siguen en fase de crecimiento vegetativo la mayoría, con parcelas en las que se ven algunas flores. ***Córdoba*****:** Las **habas** y **guisantes** se encuentran en fase de engorde y maduración de los **granos** y comenzando la recolección en las parcelas más adelantadas de ***La Campiña***. Se produce el desarrollo de la mata y cierre de calles en el **garbanzo**, en el que empiezan a mostrarse las primeras flores. ***Málaga*****:** Los **garbanzos** se encuentran en la fase V3 y fase R2 (Plena floración para los más adelantados). En las **habas** predomina el estado BBCH 80-99 (Maduración de frutos) y como más avanzadas las ya recolectadas. Las más retrasadas se encuentran en la fase BBCH 70-79 (Formación del fruto). Los **guisantes** predominan los de la fase BBCH 80-99 (Maduración de frutos) como más avanzadas las ya recolectadas. Las más retrasadas se encuentran en la fase BBCH 70-79 (Formación del fruto). ***Sevilla*****:** Desarrollo de la mata y cierre de calles en el cultivo del **garbanzo** que se encuentra en floración.

CULTIVOS INDUSTRIALES

Cádiz**:** El estado fenológico más retrasado en la **remolacha azucarera** es el de "Cubiertas calles hasta el 100%" y el predominante es el BBCH 40-49 (Desarrollo de las partes vegetales cosechables). El cultivo está muy adelantado en la provincia. Esta campaña parece que el producto puede encontrarse con mejores condiciones de mercado ya que las heladas han afectado a unas 30.000 has del sur de ***Francia***, con siembras más tardías que en la ***zona Sur***. ***Córdoba*****:** El estado fenológico predominante del **girasol** es el BBCH 30-39 (Crecimiento del tallo). Las precipitaciones de las últimas semanas y la subida de las temperaturas de la actual han adelantado mucho el crecimiento del tallo y la aparición de la panocha, aunque hay mucha heterogeneidad en su evolución, incluso dentro de la misma parcela. El estado fenológico predominante del **algodón** es el V (Desarrollo vegetativo). Las siembras finalizaron y la planta comienza a desarrollarse con dos hojitas en la mayoría de los casos y 3-4 en las parcelas más adelantadas. Hasta esta semana, con la subida de las temperaturas, las condiciones meteorológicas no han beneficiado el crecimiento de plantas sembradas sin plástico. El estado fenológico dominante de la **colza** es el BBCH 81-84 (Comienzo maduración de frutos). Se observan parcelas secándose y con los frutos ya formados, adquiriendo su color negro de recolección, en las parcelas más tardías las vainas y las semillas están todavía verdes. ***Huelva*****:** El estado fenológico del **girasol** más adelantado es el BBCH 51-59 (Primeras Brácteas Visibles), el predominante es el BBCH 30-39 (Crecimiento del Tallo) y el más tardío es el BBCH 10-19 (Desarrollo de Hojas). Con la aparición de las primeras panochas, se adivina la buena evolución del cultivo que se ha visto beneficiado con las últimas lluvias. Las siembras más tardías adolecen de un menor tamaño, 15-20 cm con las primeras hojas en crecimiento.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** ***Almería*****:** En los invernaderos de la zona de ***Níjar***, las plantaciones de **tomates** tipo suelto y ramo baja algo la calidad de los frutos, por lo que se están arrancando las plantaciones. Las del tipo cóctel se mantendrán un par de semanas más. Los **pimientos italianos "Palermo"** irán terminando en las próximas semanas. El cultivo de la **berenjena** está finalizando. Se está empezando a recolectar las plantaciones de **pepino** de primavera, algunas plantaciones han sufrido pérdidas de plantas, debido a las altas temperaturas. En los invernaderos de **calabacín**, continúan los bajos precios, con ligera subida, en julio comenzarán a plantarse los de la siguiente campaña, adelantándose algunos a junio, para ciertos mercados. Las plantaciones de **sandías** se encuentran en plena recolección, finalmente, han dado rendimientos normales, pero el precio comienza a bajar a medida que aumenta el volumen recolectado. Sigue la recolección de las plantaciones de **melón** con normalidad. Se han detectado algunos problemas puntuales de comercialización. En los semilleros, se está trabajando mucho el **pimiento**, cada año más, algo que contrasta con los **tomates**, que a pesar de ser un cultivo tradicionalmente fuerte en la zona, cada año se ponen menos hectáreas. El **calabacín** se está convirtiendo en cultivo casi anual. En el ***Poniente almeriense***, la mayoría de las plantaciones de **pimientos** han arrancado ya los restos de cultivo y preparan el suelo, algunos con solarización. Los **tomates** de ciclo largo ya están en la fase final, y se siguen recolectando los **tomates** de ciclo corto de primavera. Se observan plantaciones de los tipos **Daniela** y **Liso** aumentando su producción. En los invernaderos de **berenjenas**, aumenta la recolección en las nuevas plantaciones y se arrancan las plantaciones ya agotadas. Las plantaciones de **pepinos** de primavera están en plena producción. La mayoría de las plantaciones nuevas de **calabacines** están en plena recolección, aunque las últimas de ellas están empezando a producir. En los invernaderos de **melón** se están recolectando los tipos **Categoría** y **Galia**. En los invernaderos de **sandías** siguen las recolecciones de las variedades más tempranas. Las más tardías aún están madurando. Se están recolectando judías redondas (tipo **Strike**) con buenas cotizaciones en la última semana. Nos encontramos parcelas de **judías planas**, tipo **Emerite** o **Helda**, con unas cotizaciones aceptables pero bajando en los últimos días. En los semilleros se están sembrando pimientos del tipo **California**. ***Cádiz*****:** Se recolectan pimientos **italianos** en los invernaderos de la zona de ***Chipiona*** y ***Sanlúcar de Barrameda***. Para aquellos que tienen problemas de mosca blanca y trips se están realizando sueltas de Swiirski y Orius. Se están realizando abonados con complejos ternarios 11-40-11 y microelementos como hierro, zinc y magnesio. En los invernaderos de **tomate** de la ***Costa Noroeste*** se están realizando tratamientos contra la tuta con agentes biológicos como Nesidiocoris tenuis. Se están realizando abonados con abonos complejos tipo 11-40-11 y correctores de carencias además de mucho aporte de calcio y quelatos de hierro. Se está observando un aumento de la superficie de **tomates** en la zona en detrimento de las **sandías** de cara al verano. ***Huelva*****:** En el cultivo de la **fresa**, la recolección está muy avanzada, estando algunas variedades tempranas ya finalizando. La producción de los **arándanos** que se encontraba un tanto retrasada al principio por causas climáticas, ha ido ganando terreno semana a semana y finaliza en fase con el calendario habitual de campaña. ■ **Al aire libre:** ***Córdoba*****:** Durante esta semana se ha generalizado el arranque del **ajo chino**, obteniéndose una cosecha de buena calidad ya que los calibres son muy homogéneos, algo más cortos que la campaña anterior y los rendimientos se estiman entre 12-14 Tm/ha. El **ajo morado** ha presentado ataques de blanquilla (Stemphylium vesicarium) que se han controlado con algunas dificultades y que mermará su producción, aunque no en la cantidad que el año pasado. El cultivo de las **cebollas** tempranas se encuentra con el bulbo muy desarrollado, observándose parcelas con la mitad de la cebolla con buen calibre sobresaliendo de la superficie y otras en las que ya ha comenzado la recolección. ***Granada*****:** El cultivo de la **alcachofa** en la ***Vega*** se encuentra en un momento de máxima producción. Continúa la recolección de los **espárragos** con precios a la baja, la entrada de ***Italia*** en el mercado internacional ha originado un mayor volumen de producto. Las plantaciones nuevas dejan de recolectarse y se aplican abonos nitrogenados. Se prevé que la campaña finalice a últimos de mayo. En la comarca de la ***Vega*** la recolección de **ajo chino** ha comenzado, se prevé una campaña similar a la pasada en cuanto volumen de producción. Sin precio definido aún. ***Málaga*****:** La campaña del **tomate** continúa en la comarca de ***Vélez-Málaga***. Se están sacando **tomates** de pera principalmente, tomates tipo **Daniela** y **Liso** así como **Kumatos** y **Cherry**. En los invernaderos se están iniciando los tratamientos contra la plaga de tuta. ***Sevilla*****:** Se realiza la recolección de las últimas parcelas de **zanahorias**. Finalizada la campaña de plantación del **tomate** de industria que se encuentra en el comienzo de la floración y fructificación en las parcelas de siembra más temprana. Maduración e inicio de la cosecha de los **ajos**. Continúa la recolección de la **cebolla híbrida temprana** en la ***Vega***. Se observa la fructificación y engorde en los matos de **melones** y **sandías**.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** ***Almería*****:** En las parcelas de **almendros**, el estado fenológico predominante es el I (Fruto joven).En el ***Campo de tabernas***, se observan parcelas con los frutos casi totalmente desarrollados y otras que se encuentran en fase de engorde. Las plantaciones en regadío de la variedad **Marcona** presentan un buen estado fitosanitario y un buen número de frutos, a pesar de los fríos. ***Jaén*****:** El estado fenológico que predomina en los **almendros** es I2 (Frutos en crecimiento). Algunos van alcanzando tamaños importantes de cara a la recolección. Se observan algunas mermas por fríos en meses pasados pero difíciles de valorar en estos momentos. ■ **Frutales de hueso y pepita:** ***Almería*****:** El estado de los **granados** en la provincia es el de "Crecimiento y engorde del fruto". Las primeras variedades que nos encontramos son las extratempranas, que comenzarán a recolectarse en el mes de agosto, y que tienen unos frutos muy desarrollados. En las variedades más tardías, la floración ya ha finalizado y ha comenzado el cuaje. El estado fitosanitario del cultivo es óptimo, sin ataques de gravedad hasta el momento. ***Huelva*****:** En la comarca ***Costa*** aparecen numerosas fincas con las **granadas** ya cuajadas en sus frutos e iniciando la fase de engorde de éste. Hay parcelas más retrasadas con flores y otras aún cuajando. Se abonan las parcelas y no se están dando tratamientos fitosanitarios en estos momentos. En las plantaciones de **caquis**, se observan parcelas en la zona ***Costa*** con frutos en crecimiento con los últimos pétalos ya caídos e iniciando la fase de engorde. Los más tardíos se encuentran finalizando el cuaje. No está habiendo plagas ni enfermedades reseñables, alguna parcela con la plaga del Cotonet que se ha tratado con Spirotetramat y se ha controlado el foco. ***Jaén*****:** El estado fenológico más retrasado del cultivo de **cerezos** es el "Frutos en crecimiento" y el más adelantado es J (Madurez de recolección). La campaña en la comarca de la ***Sierra Sur*** ha comenzado esta semana en las variedades más tempranas. Los datos de producción en estos momentos están siendo bajos. La variedad **Burlat** es de las primeras en comenzar la recolección. Debido a la falta de rendimientos, la fruta está saliendo de los almacenes sin problemas, la demanda de género es constante y general. Las hectáreas del cultivo en la provincia se han mantenido este año. En la ***Sierra Sur*** se espera una producción de 500.000 kg, con una merma del 50% respecto al año pasado. ***Sevilla*****:** En las variedades de **melocotones**, **nectarinas** y **albaricoques** extratempranos se produce el engorde, envero y recolección. Se produce la floración y cuaje del **granado** y el engorde de los **caquis**. ■ **Frutales subtropicales:** ***Granada*****:** En los **nísperos** se encuentra prácticamente finalizada la recolección. ***Málaga*****:** Se observa en la provincia parcelas con los aguacates iniciando su engorde, los que predominan se encuentran finalizando la floración e iniciando el cuaje. Las más tardías están en fase de finales de floración. El estado fenológico predominante en los **mangos** es de "Inicio de 2º floración". Para las parcelas más avanzadas el estado fenológico sería G (Fin de floración-cuaje). La situación fenológica del cultivo es de "2ª Floración", de la cual depende la productividad final. Se está realizando la primera poda de flor y triturando los restos de poda. La climatología de esta semana está siendo buena en cuanto a temperaturas pero insuficiente en precipitaciones sobre todo de cara a la situación de los embalses para los regadíos.

CÍTRICOS

Córdoba**:** La campaña de **naranja** en campo está prácticamente terminada, aunque aún se recolectan algunas parcelas de variedades como las **Valencia Late**, **Barberinas** o **Midkniht** en las plantaciones más tardías. ***Huelva*****:** Va finalizando la campaña de la **naranja** excepto para las variedades tardías (**Lates**) como la **Valencia Late** que tiene gran presencia en la provincia. Prosigue también la recolección de la **Barberina**. ***Sevilla*****:** Están rematando la recolección de las últimas parcelas de **Valencias** y **Barberinas**. Se realizan labores de poda en las parcelas cosechadas y puesta a punto de los equipos de riego.

OLIVAR

Almería**:** En el ***Bajo Andarax-Campo de Tabernas*** se observa una gran cantidad de parcelas en fase de floración. Las más adelantadas están comenzando a cuajar, observándose árboles con las **aceitunas** visibles, aunque de un tamaño muy pequeño. En zonas de más altitud y con un clima más frío, están abriendo las primeras flores (variedades Picual y Arbequina en la zona de Chirivel). ***Córdoba*****:** El estado fenológico más retrasado es el E (Primeras flores abiertas), el predominante es el F (Plena floración) y el más avanzado es el G1 (Caída de pétalos). La floración este año ha sido abundante en todas las zonas, y en las más adelantadas, ***La Campiña Baja*** y en ***Las Colonias***, se observa el cuaje muy avanzado. Continúan las labores de control de malas hierbas. ***Granada*****:** Comienza la primera floración. Preocupación de los agricultores por las altas temperaturas previstas para la próxima semana, dado que puede afectar negativamente a la floración. ***Huelva*****:** El estado fenológico que predomina en la nueva campaña es G1 (Frutos al 10%) y el más avanzado es H (Frutos en Crecimiento). El estadio más tardío y retrasado es el F (Plena Floración). Nos encontramos árboles de **olivar de mesa**, variedad **Manzanilla** con frutos ya cuajados e iniciando la fase de engorde de fruto. Hay zonas con más altitud en las que los **olivos** se encuentran en fase de floración. ***Jaén*****:** El estado fenológico predominante es el E (Primeras flores abriéndose). La trama es abundante y está fuera comenzando la floración en las zonas más tempranas de la provincia. No se está viendo mucho prays en la comarca de ***La Loma***, se está dando el primer tratamiento con Cobre al 95% y microelementos para ayudar en el cuaje con Boro, Molibdeno, Aminoácidos y abonados ricos en fósforo. En la zona han caído en el año hidrológico 360 l/m2. En la comarca de la ***Campiña Sur,*** el **olivar** se encuentra en buen estado, han caído 500 l/m2 desde octubre. Precipitaciones situadas en la media hidrológica y han caído espaciadamente. En esta zona la trama está abriendo y en las parcelas observamos la bola del cañamón fundamentalmente en las parcelas más atrasadas. ***Sevilla*****:** Floración, caída de pétalos y fruto cuajado en el **olivar**. Esta semana ha empezado a abrir la flor en las últimas parcelas de las sierras, mientras que en ***Aljarafe, Vega*** y ***Campiña*** pueden verse las **aceitunas** cuajadas con el tamaño de un perdigón.

Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del 20 de mayo 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	6,39
Largueta	4,93
Comuna	2,98
Ferragnes	3,77
Garrigues	3,92
Guara	3,08
Ramillete	3,91
Comuna Ecológica	8,10

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 19 de mayo de 2021, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	221,00
Cebada	201,00
Triticale	215,00
Centeno	183,00
Avena	176,00
Maíz	251,00
PATATAS (21/04)	**Euros/Tm**
Agria	140,00
Kennebec	280,00
Red Pontiac	190,00
Red Scarlett	120,00
Hermes	130,00
Yona	120,00
FORRAJES	**Euros/Tm**
Paja 1ª (Cebada)	35,00

Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 17 de mayo de 2021, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	226,00
Cebada P.E. (+64)	205,00
Avena	188,00
Centeno	182,00
Triticale	205,00
Maíz (14º)	252,00
LEGUMINOSAS	**Euros/Tm**
Garbanzo Pedrosillano	560,00
Lenteja Armuña (IGP)	960,00
FORRAJES	**Euros/Tm**
Paja Paquete Grande	39,00

Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 20 de mayo de 2021. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa Empacada	168,00
Avena	158,00
Cebada Nacional de 62 Kg/Hl	196,00
Centeno	183,00
Colza	300,00
Paja Empacada	31,00
Trigo Nacional, Pienso 72 Kg/Hl	217,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 18 de mayo de 2021. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 3	230,00-232,00
Grupo 4	228,00-230,00
Grupo 5, Pienso	225,00-227,00
TRIGO DURO	
Grupo 1	248,00
Grupo 2	244,00
Grupo 3	240,00
Grupo 4	235,00
Triticale Nacional	220,00
Cebada, Igual y más de 64	205,00-208,00
Cebada, Menos de 64	203,00-206,00
Maíz Importación, origen Puerto	268,00-270,00
Habas, Importación, origen Puerto	S/C
Guisantes Importación, orig. Puerto	S/C

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 25 de mayo de 2021.*

MERCADOS NACIONALES

Anexo de Trigos Duros afectados con GMF (Germinados, Maculados y Fusariados). Anexo de comisión de precios del 4 de mayo de 2021.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO (GMF=15)	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	S/C
Grupo 4	S/C
TRIGO DURO (GMF=20)	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	S/C
Grupo 4	S/C
TRIGO DURO (GMF=25)	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	S/C
Grupo 4	S/C

Precios en origen almacén con capacidad de carga y báscula.

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 21 de mayo de 2021. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2020-2021).

CEREALES	Euros/Tm
Maíz (Secadero)	250,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl	200,00
Pienso –62 kg/Hl	194,00
AVENA	
Rubia	171,00
Pienso	167,00
TRIGO	
Pienso +72 Kg/Hl	220,00
Fuerza +300w +14 pr	S/C
Fuerza -300 +12,5 pr	S/C
Panificable Pr>11, W<200	230,00
Chamorro	S/C
Triticale	S/C
Yeros	S/C
Garbanzo sin limpiar	S/C
Veza	S/C

NOTA: Ceden las cotizaciones de **cereales** en los mercados internacionales, teniendo su reflejo en el mercado interior, en el que repiten todos los productos. Son muy escasas las operaciones dado el alto nivel del precio del cereal, a la espera de la nueva cosecha*Próxima reunión el viernes 28 de mayo de 2021.*

Lonja de Valencia

Información de los precios de la Mesa de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 17 de mayo de 2021. Campaña 2020-2021.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina	
Sin existencias	
Navel	
Sin existencias	
Navel Lane Late	Sin existencias
Navel Powell, Barnfield y Chislett,	
Sin existencias	
SUBGRUPO SANGRE	
Sanguinelli	Sin existencias
SUBGRUPO BLANCAS	
Salustiana	Sin existencias
Barberina y Mid-night	
Casi sin existencias	0,376-0,564
Valencia Late,	
pocas operaciones	0,329-0,423

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 20 de mayo de 2021.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible Valencia	380,00-405,00
J. Sendra,	
disp. Valencia	380,00-405,00
Monsianell,	
disp. Valencia	380,00-405,00
Fonsa,	
disp. Valencia	380,00-405,00
Gladio y Tahibonnet,	
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
Guadiamar 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
Avena Rubia,	
dest. Valencia	198,00
Cebada nacional,	
disponible Valencia	227,00
Guisantes,	
disponible Puerto Tarragona	300,00
Semilla Algodón,	
destino Valencia..	303,00-305,00
Trigo 5,	
disponible Valencia	249,00
Precios por tonelada a granel.	

TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona	398,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona	408,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona	184,00
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	175,00-200,00
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona	248,00-249,00
disponible Andalucía	239,00-240,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona	230,00-331,00
Palmiste,	
disp. Valencia	237,00-238,00
Harina de Colza,	
disp. Castellón	348,00
Gluten Feed,	
disp. Valencia	212,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia	250,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import. disp. Tarragona	247,00-248,00
Salvado de Trigo	
Cuartas,	
destino Valencia	207,00-208,00
Hojas,	
destino Valencia	260,00
Precios por tonelada a granel.	

GARROFAS Y DERIVADOS	Euros/Tm
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia	Sin existencias
Zona Alicante	Sin existencias
Zona Castellón	Sin existencias
Zona Tarragona	Sin existencias
Zona Murcia	350,00-500,00
Zona Ibiza	Sin existencias
Zona Mallorca	Sin existencias
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
Garrofín,	
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
Garrofón	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 Regulars	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	2.100,00
Chino 11/13,	
disponible origen	2.000,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado	
Origen Argentina 38/42	
disponible Valencia	1.800,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm,	
Valencia	9.500,00
Largueta 13/14 mm,	
Valencia	7.500,00
Precios tonelada, mercancía envasada.	
ALMENDRA REPELADA	
Comuna,	
sobre 14 mm,	
disponible Valencia	7.000,00

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
Nueva de Cartagena,	
disp. Val	400,00
Nueva de Valencia,	
disp. Val	340,00
Precios de origen y calidad, envasado en 25 kgs.	

CEBOLLAS	Euros/Tm
Spring	200,00-240,00

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 10 al 16 de mayo de 2021, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euros/Tn
Trigo	
Media Fuerza	22,10
Pienso	21,50
Cebada	
Malta	19,80
Pienso	18,90
Triticale	19,90

La actualidad y, por tanto, las operaciones de los mercados cerealista han estado ligadas a la mejoría de la meteorología en ***Estados Unidos*** y ***Francia***, lo que ha animado a los fondos a recoger beneficios de sus posiciones a largo, las que apuestan por las subidas de las cotizaciones. Un incipiente cambio de tendencia a la baja que añade un poco más de volatilidad e incertidumbre. En campo y en nuestra comunidad, los cultivos se han visto favorecidos por las últimas lluvias, una circunstancia muy positiva en una campaña que termina con precios por ahora más altos que a su comienzo, lo que anima a nuestros agricultores a esmerarse en los tratamientos fungicidas.

FORRAJERAS	Euros/100 Kg
Heno de alfalfa	12,50

CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón,	
Granel (Pie Cortado)	2,20
Bandeja (Pie Cortado)	2,40
Industria 1ª Raíz	0,81
Industria 2ª Pie Cortado	0,78
Seta	
Ostra Granel	1,80
Ostra Bandeja	2,60
Seta Shii-Take, Granel	4,00

Mercado sin variaciones en lo que se refiere a los precios de **setas** y **champiñones** comercializados en fresco. Las producciones van descendiendo tal y como es habitual en esta época en la que se afronta ya el final de campaña.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla (Invernadero)	0,50
Verde (Invernadero)	0,40
Borraja con Hoja (Invernadero)	0,60
Lechuga Rizada	
(doc. Invernadero)	2,55
Cogollos (doc.)	2,50
Coliflor (doc.)	8,00
Brócoli	0,60
Alcachofa fresca (doc)	1,25
Alcachofa fresca (euros/kg)	0,70
Alcachofa industria	0,60
Espárrago fresgo IGP Navarra	2,25
Cebolleta	0,60
Guisante Verde fresco	2,25
Pepino Corto	0,50
Haba Grano	0,50

Las **hortalizas** de primavera van finalizando sus campañas, mientras que las producciones de verano se asoman a los mercados. La **coliflor**, con el comienzo de la cosecha de las variedades de primavera, se adentra en su fase final. Hasta ahora el cultivo se ha desarrollado favorablemente sin sufrir daños reseñables ni por plagas ni por enfermedades. Las **alcachofas**, que han padecido la meteorología variable de esta primavera, se destinan ya de forma mayoritaria a su transformación en la industria conservera. Todo ello bajo una coyuntura bajista en los precios, muy condicionada por la escasa demanda.

FRUTAS	Euros/Kg
PERA	
Blanquilla DOP	0,55
Conferencia DOP palot (*)	0,59
Conferencia palot (*)	0,55
MANZANAS	
Golden 70+	0,55

(*) *Los precios percibidos por el agricultor en palot son precios de cosecha.*

El mercado va mudando su atención hacia las producciones de temporada, constatándose problemas en las variedades de hueso por la meteorología de esta primavera, que primero afectó a su calidad y ahora limita su consumo. Las estimaciones de cosecha en las **frutas de pepita** parecen confirmar su reducción en el continente, lo que añade un poco más de fortaleza a los escasos remanentes que quedan en las cámaras.

ALMENDRAS CÁSCARA	Euros/Kg
Común	0,53
Largueta	1,04
Marcona	1,31
Floración Tardía	1,14
Ecológica	1,80

En esta semana se ha conocido el pronóstico de cosecha en ***California***, aventurándose de nuevo una cantidad récord. Un hecho asociado al constante aumento de la superficie, ya que este año el rendimiento por hectárea se espera menor. En contra de este pronóstico optimista se debe tener en cuenta el agravamiento de la sequía en este estado norteamericano.

Lonja de Zamora

Información de los precios agrarios de la Mesa de Cereales del 18 de mayo de 2021 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	220,00
Cebada	199,00
Maíz	250,00
Paja Empacada	22,50

LEGISLACIÓN

Agricultura anuncia que finaliza la solicitud única de ayudas de la PAC 2021 en la Comunitat Valenciana

La Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica de la Comunitat Valenciana, a través de la Dirección General de Política Agraria Común, (PAC) ha informado que las ayudas de la PAC correspondientes a la solicitud única de 2021 supondrán más de 110 millones de euros para los agricultores y ganaderos del sector agrario de la Comunitat Valenciana.

De este modo, un total de 45.582 personas agricultoras y ganaderas de la Comunitat Valenciana han presentado la solicitud única, una cifra que representa el 96% del total de las solicitudes tramitadas durante el pasado año 2020.

La directora general de PAC, Maite Chàfer, ha explicado que este año las solicitudes "se han situado en la misma horquilla que los últimos años, por encima de las 45.000, y ha destacado el gran esfuerzo y profesionalidad del personal técnico de la conselleria, así como de las entidades colaboradoras".

En términos de superficie, las solicitudes presentadas representan un total de 447.655 hectáreas, lideradas por los terrenos pastables (134.076 ha) seguidos de los cultivos de cítricos (103.469 ha) y tierras arables (77.981 ha). Les siguen en superficie los cultivos dedicados a los frutos secos, el olivar, los frutales y el viñedo.

También se han presentado durante este periódo 55.250 alegaciones del Sistema de Información Geográfica de parcelas agrícolas (SIGPAC), 4.472 cesiones de derechos de pago básico y 183 solicitudes de derechos a la Reserva Nacional.

Estas son las cifras que arroja el recuento final, una vez finalizado el plazo para la presentación de la solicitud a estas ayudas que terminó el pasado 15 de mayo.

Además, ya se ha comenzado con la tramitación de los expedientes y se están notificando los controles preliminares sobre las incidencias detectadas en la solicitud única de la PAC 2021 de ayuda con el objetivo de que los titulares afectados puedan realizar las modificaciones necesarias, sin penalización, antes del día 25 de junio.

La mandarina Spring Sunshine fue registrada en 2016 por la Oficina Comunitaria de Variedades Vegetales (CPVO). / SRC

Spring Sunshine se presenta con todo su esplendor en su nueva web

El portal ofrecerá información de utilidad de la mandarina tanto a distribuidores como a productores

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.
La Asociación de Productores Spring Sunshine Running Committee (SRC) lanza la nueva página web de la mandarina premium Spring Sunshine que, como su propio nombre indica en lengua inglesa, supone un rayo de sol de primavera. Esta nueva web tiene como objetivo servir de punto de encuentro para los distribuidores, los productores y los interesados en esta excelente mandarina que alcanza su punto óptimo de maduración cuando otras mandarinas tardías están finalizando su campaña.

Aquellos distribuidores y profesionales interesados en comercializar Spring Sunshine encontrarán en este portal toda la información relativa a esta variedad premium tardía. Además, esta web tiene como finalidad servir de tarjeta de presentación para dar a conocer a la distribución las extraordinarias características de la variedad. Entre sus características destacan su jugosidad, su atractivo color rojizo y, sobre todo, su sabor inigualable, que hacen de esta mandarina una opción ideal para los meses de marzo y abril.

Por su parte, los productores asociados tendrán en este mismo espacio acceso a los temas que más les interesan, así como a la actualidad que atañe a esta mandarina e información técnica sobre su manejo. La web se estrena con material divulgativo sobre técnicas de cultivo especializadas en la mandarina Spring Sunshine. Desde este mismo instante, los asociados del SRC tienen a su disposición un acceso exclusivo protegido bajo contraseña en el que pueden encontrar un completo artículo sobre técnicas de cultivo para optimizar el cuajado de los frutos en esta variedad. Toda esta información se irá actualizando conforme se vayan alcanzando los diferentes estadios del desarrollo de la planta.

Además, a través de la web, los productores asociados al SRC podrán tener acceso a todos los documentos necesarios para cumplir con el sistema de identificación y trazabilidad de la variedad.

REGULARIZACIÓN

Desde la Asociación de Productores Spring Sunshine Running Committee se ha comenzado a promover acciones legales contra productores no autorizados y se recuerda que, si bien aún sigue abierto el plazo para la adquisición de nuevas licencias, la regularización de plantaciones no autorizadas entra en su recta final. Estas acciones van enfocadas a combatir la explotación ilegal por parte de productores no autorizados que suponen una competencia desleal respecto a los productores debidamente licenciados y que, además, constituyen un grave incumplimiento de la legalidad vigente en materia de protección de variedades vegetales y los derechos del obtentor.

Durante los primeros meses del año, The Enforcement Organization, SL (TEO), entidad encargada de la lucha contra la piratería varietal y la defensa legal de la variedad Spring Sunshine, entre otras, ha lanzado ya las primeras acciones legales contra personas y entidades que presuntamente están llevando a cabo una explotación irregular de la variedad. Estas primeras acciones legales se han llevado a cabo en la Comunitat Valenciana y Andalucía y se extenderán a la región de Murcia próximamente.

Para reforzar la actividad de control, la nueva página web permite a los asociados y colaboradores notificar, anónimamente, la ubicación de explotaciones no autorizadas.

CARACTERÍSTICAS

La mandarina Spring Sunshine fue registrada en 2016 por la Oficina Comunitaria de Variedades Vegetales (CPVO) que le concedió la protección a nivel europeo hasta el 31 de diciembre de 2046. Además, esta variedad también está protegida en otros países fuera de la Unión Europea como son Estados Unidos, Australia e Israel.

Spring Sunshine es una variedad de mandarina que alcanza su momento óptimo de maduración entre los meses de marzo y mayo, fechas durante las cuales esta variedad presenta un elevado contenido de zumo y un sabor realmente único e inigualable. Además, la piel de sus frutos adquiere una tonalidad naranja rojiza que los hacen realmente atractivos para el consumidor.

En nuestro país, la producción de Spring Sunshine se reparte por toda la zona citrícola siendo especialmente importante la Comunitat Valenciana, Murcia y Andalucía.

Montse Baró y Francesc Torres. / AFRUCAT

Montse Baró Vilà será la nueva presidenta de Afrucat

La sucesión se hará efectiva en el mes de octubre y será por un periodo cuatro años

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.
La Asamblea de Afrucat aprobó el día 18 de mayo la renovación del cargo de la presidencia con la sustitución del actual presidente, Francesc Torres, por Montse Baró. Este cambio se hará efectivo en el mes de octubre y será por cuatro años.

Montse Baró Vilà, de 33 años, es gerente de Baró e Hijos, diplomada en Administración y Dirección de Empresas por ESADE y máster por la misma universidad.

La futura presidenta es la tercera generación de la empresa familiar, fundada en 1962 por su abuelo Emiliio Baró, que también fue uno de los fundadores de Asofruit. Su padre, José María Baró, era miembro de la junta de Asofruit cuando la patronal se fusionó con Catalonia para crear Afrucat.

Otros temas tratados en la asamblea fueron la preparación de la campaña y la presentación del resumen de actividades del año, así como la aprobación de las cuentas.

La Asamblea de Afrucat ha recibido muy positivamente el anuncio de salud de que las vacunaciones a los trabajadores de las empresas fruteras comenzará de inmediato con preferencia para las empresas que han colaborado en el Plan de Cribado.

El presidente de Afrucat, Francesc Torres ha declarado que "era de justicia reconocer que el sector frutícola somos un sector esencial y vulnerable y actuar como tal". Según Torres, siempre han creído que "era la manera más eficaz de proteger a nuestros trabajadores y las poblaciones que los acogen, aunque nunca hemos querido pasar por delante de los colectivos más débiles que ahora ya están mayoritariamente vacunados, al menos con la primera dosis".

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

2021

Seguro de

Cítricos

Se podrá fraccionar el pago de la prima en 2 veces.

agroseguro

Abierto periodo de contratación con hasta un 40% de bonificación

¡Gracias!

PORQUE, DURANTE LA CRISIS DE LA COVID-19, CONTINUÁIS A PIE DE CAMPO **GARANTIZANDO NUESTRO ABASTECIMIENTO**

PARA SUSCRIBIR SU SEGURO DIRÍJASE A: • *MAPFRE ESPAÑA CÍA. DE SEGUROS Y REASEGUROS • CAJA DE SEGUROS REUNIDOS (CASER) • AGROPELAYO SOCIEDAD DE SEGUROS S.A. • SEGUROS GENERALES RURAL • ALLIANZ, COMPAÑÍA DE SEGUROS • PLUS ULTRA SEGUROS • HELVETIA CÍA. SUIZA S.A. DE SEGUROS • CAJAMAR SEGUROS GENERALES S.A. • MUTUA ARROCERA, MUTUA DE SEGUROS • GENERALI DE ESPAÑA, S.A. SEGUROS• FIATC, MUTUA DE SEGUROS Y REASEGUROS • SEGUROS CATALANA OCCIDENTE • SANTALUCÍA S.A. CÍA. DE SEGUROS • MUSSAP, MUTUA DE SEGUROS • AXA SEGUROS GENERALES • BBVA ALLIANZ DE SEGUROS Y REASEGUROS, S.A. • REALE SEGUROS GENERALES • MGS SEGUROS Y REASEGUROS S.A.*

FRUITFOG®-PYR

Protección de la fruta sin vertidos

Pirimetanil 25%

Protege el fruto de tu trabajo

- Innovadora tecnología fumígena con encendido electrónico (eFOG)
- Sin exposición del operario
- Aplicación segura, fácil, y versátil
- Eficacia probada
- Amplio espectro de actividad
- Sin manipulación de la fruta
- Sin generación de aguas residuales

FOMESAFRUITECH

Your postharvest partner since 1955

ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification

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

mercamadrid

valencia fruits

dossier

MANEL LÓPEZ / Gerente de Reset Control

“Nuestros programas permiten disponer en tiempo real de la máxima información”

ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Son más de 35 años de experiencia en el desarrollo de programas de gestión de empresas mayoristas que permiten la toma de decisiones desde cualquier lugar con acceso a Internet

Avanzarse a la problemática de cómo solucionar las obligaciones fiscales derivadas de la gestión, facilitar la gestión diaria con la ayuda de las nuevas tecnologías y desarrollar nuevas aplicaciones para ofrecer datos en tiempo real de las empresas de productos perecederos son solo tres ejemplos de los más de 35 años de trayectoria de Reset Control, asesoría de gestión y elaboración personalizada de herramientas de gestión e información, codo con codo con los operadores mayoristas de los mercados centrales de productos perecederos; en especial, fruta y hortaliza.

“Contamos como clientes empresas mayoristas de Mercamadrid, Mercabarna y Mercabilbao”

Esta trayectoria ha desembocado en que esta firma año tras año acumula gran conocimiento sobre necesidades de gestión de los operadores mayoristas de frutas y hortalizas de los mercados centrales.

Trayectoria continuada los últimos años por la segunda generación al frente de la firma que recogen el testigo y know how de su padre, fundador e impulsor de Reset Control. “Nuestra trayectoria de más de 35 años es un aval de gran conocimiento de necesidades de gestión de los operadores mayoristas”, afirma Manel López.

López repasa que “quedan ya muy lejos aquellos años donde algún operador era reacio a las llamadas nuevas tecnologías y hoy es normal observar cómo un vendedor realiza la venta desde su PDA, tablet y pantalla táctil desplazándose por la parada y en ese mismo momento online visionar el stock de ese producto, la tabla de precios de ese cliente…” y también añade que “en la actualidad no se concibe ninguna empresa mayorista con su correspondiente programa de gestión”.

Esta firma cuenta como clientes con empresarios mayoristas de, por ejemplo, Mercamadrid, Mercabarna y Mercabilbao con quienes durante todos estos años ha conseguido solucionar sus necesidades de gestión para que pudieran gestionar su negocio y también, en su momento, introducir nuevos conceptos como la personalización en la gestión.

López ensalza que “en clave empresarial, nuestros programas de gestión ponen al servicio del empresario una serie de datos que facilitan la toma de decisiones; además de la gestión diaria de plazos de cobro, los precios de los productos, las demandas de cada uno de sus clientes… y, por ello, la personalización de la gestión es muy valorada por los mayoristas”.

Manel López, gerente de Reset Control. / ARCHIVO

En este sentido, no sólo juega un papel fundamental la introducción de nuevos conceptos que facilitan la gestión empresarial del mayorista sino que también la suma de la introducción de nuevos dispositivos —teléfono móvil, TPV, tablets…— como herramientas de trabajo y el desarrollo de programas. En palabras de Manel López, “nuestras aplicaciones permiten al empresario disponga en tiempo real de la máxima información de su negocio para la toma de decisiones desde cualquier lugar con acceso a Internet”.

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

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

MERCAMADRID (Nave C puestos 52-58)
Ctra. Villaverde-Vallecas km 3.8
28018 Madrid (Spain)
Tel. 917 857 294
Fax 917 861 711

SAINT-CHARLES INTERNATIONAL
BP 5142
66031 Perpignan Cedez (France)
Tel. 0033 468 557 070
Fax 0033 468 850 183

Mercamadrid no cesó en su actividad ni un solo día ni en los momentos más duros de la pandemia. / IMÁGENES DE LAS PÁGINAS 2 Y 4 PROPIEDAD DE MERCAMADRID

MERCAMADRID

"Mercamadrid no ha cerrado ni un solo día por la pandemia"

Aunque la UME sigue visitando cada semana Mercamadrid para hacer "una desinfección exhaustiva y minuciosa", aunque aún no han "desescalado", la Unidad Alimentaria ha permanecido operativa durante toda la pandemia, comercializando un 3,6% más de alimentos frescos que en 2019 y consiguiendo que en frutas y hortalizas el crecimiento fuera del 7,4%. El aumento del consumo en los hogares y la confianza proyectada a la sociedad al estar abiertos cada día, a pesar de las circunstancias, han favorecido estas cifras de crecimiento que esperan tener continuidad en los ejercicios siguientes.

RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. *Las cifras de la Unidad Alimentaria Mercamadrid son apabullantes, ¿ha habido cambios significativos en el número de empresas, empleados o superficie en el último año o se han estabilizado?*

Mercamadrid. Estas tres magnitudes se mantienen estables. Sube unas décimas la ocupación, con el 99% de la superficie ocupada, lo que significa que cada día son más las empresas que apuestan por Mercamadrid como espacio empresarial competitivo en el que realizar su actividad o ampliar a nuevas actividades dentro del sector. La unidad alimentaria cuenta con 800 empresas, que generan 9.000 empleos directos. Un modelo de concentración que genera economías de escala y de recinto en un entorno competitivo, que se convierte hoy en motor económico fundamental para la salida de la crisis.

VF. *¿Cómo ha afectado la pandemia a la actividad de Mercamadrid? ¿En algún momento llegaron a temer interrupciones en el abastecimiento?*

MM. Mercamadrid no ha cerrado ni un solo día por la pandemia. Afrontamos los primeros meses con incertidumbre ante la presencia de numerosos retos desconocidos hasta el momento, como todo el mundo. Fue clave aquella primera semana de estado de alarma, en la que, ante la preocupación de la ciudadanía que veía en sus televisores algunas imágenes de lineales vacíos, desde Mercamadrid se informaba, día a día, de los tráileres que entraban con producto, así como los miles de kilos de alimentos que iban llegando a diario, manteniendo así, la actividad de abastecimiento a la ciudad. Una información imprescindible en aquel momento para la tranquilidad de la ciudadanía. Fue un esfuerzo añadido también para las empresas de Mercamadrid poder atender aquel pico de demanda de alimentos. Sobre todo porque habían cambiado los canales, clientes y también algunos productos. La hostelería y los mercadillos se vieron obligados a cerrar y ese consumo se concentraba exclusivamente en los hogares, por lo tanto, llegaban nuevos clientes, nuevos pedidos y mayores cantidades.

"El sector hortofrutícola es el que mejor resultado obtiene, con 2.227.785 toneladas, con un crecimiento del 7,4%"

"La gestión de la pandemia ha convivido con el arranque de la agenda de transformación iniciada con el nuevo Plan Estratégico de la empresa 2020-22"

Desde los primeros días, la operativa de la empresa se volcó sobre dos objetivos clave: garantizar la actividad de abastecimiento de alimentos y un espacio de trabajo seguro para empresas y trabajadores. Ha sido un año complicado, pero hoy podemos decir que el resultado de la gestión ha sido positivo, siendo respaldado con notable alto por las empresas del recinto en la valoración de la gestión de la crisis, reconocido por numerosas entidades e instituciones, con especial relevancia de la visita realizada por SS.MM. los Reyes de España, el pasado 21 de mayo; y, certificado por tres entidades: Garantía Madrid, AENOR y Plan Sumamos de Fundación CEOE.

VF. *La covid sigue entre nosotros, pero Mercamadrid sigue con su actividad, además de las medidas de seguridad e higiene implantadas el año pasado, ¿qué otras pautas están siguiendo para garantizar la salud de los empleados?*

MM. La realidad es que en Mercamadrid, prácticamente no hemos "desescalado", manteniendo las medidas aplicadas desde el inicio.

Desde los primeros días, Mercamadrid se blindó para garantizar el desempeño de la actividad. Se aumentó el 100% de la plantilla de seguridad en horario de actividad, así como el 100% del personal de limpieza y desinfección, llegando a realizar 19.272 horas de trabajo efectivas frente a la covid. Se repartieron más de 100.000 mascarillas, durante las primeras semanas, entre los usuarios de Mercamadrid, así como guantes o geles, facilitando la autoprotección de todas las personas que acudían a diario.

Se realizan desinfecciones diarias de todas las instalaciones, incorporando a estas labores nueva maquinaria, como cañones de fumigación, equipos mecánicos y manuales. Labores en las que se han consumido 15,6 millones de litros de disolución de agua con lejía. Se contrató a personal específico para el reparto de gel hidroalcohólico durante la actividad y se instalaron 57 dispensadores en los mercados, para facilitar una correcta higiene de manos, llegando a consumir 5.600 litros de gel.

Mercamadrid fue pionera en la puesta en marcha del primer centro de testeo COVID-19 del Plan Sumamos, posibilitando a todas las personas cuya actividad converge en el recinto, la realización de pruebas de antígenos gratuitas. Actualmente realizamos pruebas todos los meses, a lo largo de una semana.

Actuaciones necesarias para garantizar un espacio de trabajo lo más seguro posible en cada momento, lo que ha supuesto un gasto extraordinario de 1,5 millones de euros para afrontar estas necesidades excepcionales en el ejercicio 2020.

A esto tenemos que añadir la colaboración extraordinaria de la UME, que sigue acudiendo cada semana para realizar una desinfección exhaustiva y minuciosa por todas las instalaciones.

VF. *Centrándonos ya en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas, ¿cuántas empresas están instaladas en la actualidad? ¿Ha habido cambios en el último año?*

MM. El sector hortofrutícola en Mercamadrid es muy estable, con una ocupación del 100% del espacio disponible. Ha habido algún traspaso y algún proceso de fusión o compra, pero sin grandes movimientos. Al cierre de 2020 eran 142 las empresas de frutas y hortalizas instaladas en Mercamadrid.

(Pasa a la página 4)

La seguridad de los trabajadores se ha cuidado al extremo.

En las labores de desinfección se ha contado con la colaboración de la UME.

Sumando esfuerzos...

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

- **Productores individuales**
- **Grupos de productores**
- **Traders hortofrutícolas**

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

- **Exportadores**
- **Mercados mayoristas**
- **Distribución moderna**
- **Detallistas**

...para conseguir objetivos comunes

CMR group

WORLD FRUIT MANAGEMENT
GESTIÓN MUNDIAL HORTOFRUTÍCOLA

CMR 1879 140 years 2019

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

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

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

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

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

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

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

Marcas propias comercializadas:

AuRuM CosaRica

CosaRica FRUTOS TROPICALES

Infinita

Banarica CARIBBEAN SWEET BANANA

Un gran grupo internacional de gestión hortofrutícola te espera

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

www.cmrgroup.es

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

"Mercamadrid..."

(Viene de la página 2)

VF. *¿Qué volumen de frutas y hortalizas se comercializó el año pasado en Mercamadrid? Con respecto al año anterior, ¿hubo crecimiento o se dejó sentir el efecto de la pandemia?*

MM. A pesar de este complejísimo año, las empresas de Mercamadrid han logrado mantener las cifras de comercialización, con 3,1 millones de toneladas de alimentos frescos comercializados (un 3,6% más que en 2019). Un resultado con algunas diferencias por subsectores, debido a la incidencia de la pandemia. Es precisamente el sector hortofrutícola de Mercamadrid el que mejor resultado obtiene, con la comercialización de 2.227.785 toneladas, lo que representa un crecimiento del 7,4% respecto a 2019.

VF. *Desde su puesto privilegiado como observadores de tendencias de consumo, ¿cuáles son las tendencias que observan?*

MM. Se han observado cambios en los canales de consumo y distribución, con un importante incremento del consumo doméstico, lo que ha conllevado, a su vez, un mayor consumo de frutas y hortalizas.

Según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el crecimiento del consumo en los hogares de frutas y hortalizas en 2020 es superior al 10%. Esta tendencia ha tenido su reflejo también en la comercialización del sector hortofrutícola de Mercamadrid .

En el último año, en el marco de la pandemia, el consumidor ha apostado por productos incluidos en las categorías "saludable" y que "refuercen el sistema inmunitario". Los alimentos frescos toman un papel importante en ambas categorías, con especial relevancia de frutas y hortalizas.

VF. *¿Qué productos han sido los más demandados en el último año? ¿Hay algún producto o línea de productos que haya visto descender su demanda?*

MM. En el sector hortofrutícola, este año 2020 hemos observado algunos cambios en el *top ten*, que se mantenía muy estable en los últimos años.

Kiwis, sandías, peras y aguacates han escalado varias posiciones en los 10 productos más comercializados, empujadas por el consumo doméstico y esos hábitos diferentes al consumo extradoméstico; al igual que champiñones, brócoli y la IV gama en hortalizas.

Algunos de los mayores crecimientos de 2020 corresponden a productos como la pitahaya, mango, papaya, endivias, ajos y frambuesas.

VF. *¿Cómo han afectado los cierres parciales de hostelería y restauración a la comercialización de frutas y hortalizas?*

MM. En comparación con el consumo en el hogar, en hostelería se consume más carne y pescado, y menos frutas y hortalizas. Dado que el confinamiento derivaba en buena medida todo el consumo al hogar, se ha registrado un importante incremento del consumo de frutas y hortalizas, lo que ha provocado que el sector hortofrutícola de Mercamadrid sea el que menor incidencia ha sufrido por estos cierres. Sí se notó más el cierre de los mercados ambulantes, que estuvieron meses sin poder comercializar sus productos, siendo buenos clientes de empresas de Mercamadrid . No obstante, su efecto sobre la cifra global fue compensado con el incremento del consumo en el hogar, de ahí que el sector hortofrutícola creciera un 7,4% respecto a 2019.

VF. *¿Cómo han vivido desde dentro el ver que la sociedad se daba cuenta de la esencialidad del trabajo del mercado?*

MM. Con un sentido de la responsabilidad y el deber excepcionales. Tanto desde Mercamadrid como desde las empresas y trabajadores del conjunto de la unidad alimentaria. Se ha realizado un enorme esfuerzo por parte de todos y todas. En este año tremendamente difícil, Mercamadrid ha demostrado ser no solo un motor económico y de empleo sino un gran aliado. Un activo al servicio de la sociedad.

VF. *¿Cuáles son las perspectivas para este ejercicio una vez superado el primer cuatrimestre? ¿Hacia dónde espera evolucionar Mercamadrid? ¿Cuáles son los proyectos y los objetivos a corto y medio plazo?*

MM. Confiamos en poder recuperar poco a poco espacios de "normalidad" como toda la agenda de sociedad que teníamos prevista. El cuarto trimestre del año será clave, según evolucione la pandemia.

> **"Al cierre de 2020 eran 142 las empresas de frutas y hortalizas instaladas en Mercamadrid"**

> **"Mercamadrid ha demostrado ser no solo un motor económico y de empleo sino un gran aliado"**

> **"Kiwis, sandías, peras y aguacates han escalado varias posiciones en los 10 productos más comercializados"**

No obstante, la gestión de la pandemia ha convivido con el arranque de la agenda de transformación iniciada con el nuevo Plan Estratégico de la empresa 2020-22, aprobado en el mes de febrero de 2020. Con una inversión ejecutada de 2,5 millones de euros, algunos proyectos han comenzado a ver la luz, como el despliegue de una red troncal de fibra y conectividad 5G en la unidad alimentaria, que permita la aplicación del Big Data y la IA para la mejora de la competitividad empresarial del recinto; la ampliación de puntos de recarga para vehículos eléctricos, la mejora energética del alumbrado o nuevos espacios para la prescripción de hábitos de alimentación saludable, entre otros proyectos. Una agenda que da respuesta a las necesidades de sus grupos de interés, teniendo en cuenta los retos del sector. Nos quedan meses por delante muy importantes para esa completa transformación. La hoja de ruta está clara.

La superficie de Mercamadrid está ocupada en la actualidad por empresas al 99%.

Mercamadrid mantiene sus cifras de actividad en 2020

El sector hortofrutícola es el que mejor resultado obtiene durante este ejercicio con un crecimiento del 7,4%

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Consejo de Administración de la empresa mixta Mercamadrid SA —cuyos accionistas mayoritarios son el Ayuntamiento de Madrid (51,13%) y la empresa pública Mercasa (48,63%)—, analizó en febrero la gestión de la empresa en 2020, cerrando un ejercicio que jamás se olvidará, marcado por la pandemia COVID-19. Un año en el que la operativa de esta gran plataforma de la alimentación fresca se volcó en la gestión imprescindible de una infraestructura estratégica para el país, como servicio esencial en el abastecimiento de alimentos.

Dos han sido los objetivos clave sobre los que ha pivotado la gestión de 2020: garantizar la actividad para el abastecimiento de alimentos, así como un espacio de trabajo lo más seguro posible en cada momento. Para lograrlo, se ha requerido de la colaboración y cooperación entre organismos, empresas, administraciones públicas y entidades de todo tipo y orden.

En este apartado, Mercamadrid hace un reconocimiento específico a la enorme responsabilidad de empresas instaladas y todos sus trabajadores/as, que han aplicado un sentido del deber excepcional. A las empresas prestatarias de servicios, cuya implicación y esfuerzo han sido clave en el resultado obtenido. A la entrega y cooperación de la Unidad Militar de Emergencias en la labor de desinfección de las instalaciones. Al gran equipo humano de la empresa, con especial énfasis en el personal tipificado como esencial, que jamás ha faltado al cumplimiento de su labor con el más alto nivel de profesionalidad y disposición personal. Y a los accionistas, por su implicación y responsabilidad en tiempos excepcionales.

Mención especial para las entidades sociales con las que colabora habitualmente la sociedad, como es el caso de la delegación del Banco de Alimentos de Madrid en Mercamadrid, que reforzó su operativa para atender la emergencia alimentaria. Cruz Roja, instalaba su base logística en el recinto, gracias a la cesión de espacio de Ahorramas, para atender las necesidades nutricionales diarias de miles de familias. Sin olvidar la entrega de numerosos cocineros/as, clientes habituales de Mercamadrid que, con sus locales cerrados, comenzaron a cocinar para transportistas y familias en situación de vulnerabilidad.

Las frutas y hortalizas han mostrado un excelente rendimiento en 2020.

> **Mercamadrid ha comercializado 3,1 t de alimentos frescos, un 3,6% más que en 2019**

Mercamadrid ha sido capaz de mantener su actividad en este año marcado por la pandemia. Un logro que tiene su origen también en una cadena alimentaria sostenible y eficaz, que les permite afrontar con garantías una crisis como esta. Forma parte de un sector en el que las empresas de cada eslabón han demostrado una gran profesionalidad y sentido de la responsabilidad. Desde el origen, cooperativas, el transporte y logística, la distribución mayorista, hasta el comercio detallista. Mercamadrid forma parte de un sistema alimentario único en el mundo, que permite disfrutar de una oferta de alimentos frescos sin igual por variedad, calidad y precio. Un modelo que, en las peores circunstancias, ha sido capaz de dar respuesta a las necesidades de los consumidores en el año 2020. Un hecho que ha encontrado el reconocimiento unánime de las instituciones, con especial relevancia del realizado por SS.MM Los Reyes de España.

DATOS ECONÓMICOS

En lo económico, Mercamadrid cerró un ejercicio en el que abordó un gasto extraordinario de 1,5 millones de euros para afrontar las necesidades de desinfección y limpieza excepcionales frente a la COVID-19. No obstante, el Consejo de Administración ha formulado unas cuentas que arrojan un beneficio neto de 6,1 millones de euros.

Por su parte, la unidad alimentaria logra, a pesar de este complejísimo año, mantener las cifras de comercialización, con 3,1 millones de toneladas de alimentos frescos comercializados (un 3,6% más que en 2019). Un resultado con algunas diferencias por subsectores, debido a la incidencia de la pandemia, siendo el sector hortofrutícola de Mercamadrid el que mejor resultado obtiene (+7,4%) al incrementarse el consumo de frutas y hortalizas en los hogares. Se observan cambios en los canales de consumo y distribución, con un incremento del consumo doméstico. Empresas del sector de pescados y mariscos frescos, así como del sector cárnico, sí acusan cierto descenso en el consumo de algunos productos, más orientados a su consumo en hostelería, uno de los sectores más afectados por la pandemia y cliente habitual de las empresas de Mercamadrid.

RIEGO grupo

Exotic Lina Paradise Sabor Intenso by RIEGO

Sabor natural

Melón
Piel de sapo
Villaconejos

Piña

Mango

Plátano

Lima

Aguacate

Melocotón

Kiwi

Nuez

Pera
Conferenzia • Limonera

Manzana
Golden
Gala
Reineta

Papaya

www.riegogrupo.com

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

Desde las paradas que Frutas Candil tiene tanto en Mercamadrid como en Mercabarna se comercializan frutas y hortalizas de producción propia. / ÓSCAR ORTEGA

VICENTE CANDIL MATEOS / Director comercial de Frutas Candil

"Nuestros productos son el mejor legado para nuestros clientes y los consumidores"

Vicente Candil Mateos, director comercial de Frutas Candil, en esta entrevista analiza diversos temas relacionados con la actividad del Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercamadrid, como el comportamiento de las ventas durante el período más duro de confinamiento durante la pandemia de la COVID-19, y con la empresa, como su apuesta por producción propia.

◗ **ÓSCAR ORTEGA.** BARCELONA.

Valencia Fruits. *Más de un año de la COVID-19, ¿cómo ha influido en la demanda de producto en Frutas Candil?*

Vicente Candil Mateos. Desde el inicio de la pandemia, sobretodo, y este principio de 2021 nos tocó vivir en primera línea de trabajo y obligación para poder abastecer, y nunca mejor dicho, a todos nuestros clientes en Madrid y Barcelona.

Los primeros meses de confinamiento fueron de un ritmo frenético que hacía mucho tiempo que no se vivía en el Mercado Central, inmerso en un día a día de venta muy constante. Desde el punto de vista de actividad, fue muy interesante

Quiero dar las gracias a todos nuestro trabajadores, clientes y compradores de diferentes de cadenas de supermercados de estar ahí como estuvimos sin perderle la cara a la situación que teníamos enfrente.

En general la tendencia de consumos se decantó por productos muy diarios como patata, lechuga, tomate, sandía y fruta de primera y de calidad estándar.

Vicente Candil agradece a todo su equipo su gran esfuerzo. / ÓSCAR ORTEGA

"Nuestro principal objetivo es seguir manteniendo a nuestros clientes y hacerles más fuertes"

"Desde Frutas Candil hacemos una apuesta muy importante por nuestro campo español"

"Con un barita mágica en la mano, me gustaría que Mercamadrid estuviera en la vanguardia del 2021 y poder contar con un relevo generacional en nuestras empresas"

VF. *Bajo su perspectiva, balance del pasado ejercicio…*

VC. En términos generales, durante el pasado año incrementamos nuestras ventas entre el 18% y el 20%.

VF. *A las puertas de la campaña de fruta de verano, ¿qué perspectivas apunta desde Frutas Candil y qué destaca de su oferta de fruta de verano?*

VC. Ya hemos empezando nuestra campaña de sandía, que para Frutas Candil es muy importante, con indicadores positivos.

Las perspectivas de campaña de fruta de verano son optimistas con fruta de excelente calidad y tamaños que llega con algunos días de adelanto sobre su calendario habitual, aunque cada año más en los meses del cuaje de la fruta hay zonas que son muy afectadas al estar la flor muy adelantada. Las afectaciones derivadas de las incidencias climáticas en zonas de Lérida, Bajo Aragón y, en menor medida, Cáceres han alcanzado, en algunos casos, hasta entre el 30% y 40% de menor producción.

VF. *Ustedes cuentan con marcas propias como Carmencita. ¿Por qué apuestan por marcas propias y valor les aportan?*

VC. Desde Frutas Candil hacemos una apuesta muy importante por nuestro campo español con un trabajo desde el campo hasta la comercialización en el mercado acompañado de una labor de seguimiento para que ese producto pueda llevar nuestras marcas.

Hacer y mantener una marca es muy difícil y, por el contrario, muy fácil derrumbarla. Nosotros cuidamos nuestra marca para tener un papel importante en el mercado con nuestros productos que son nuestro mejor legado para nuestro clientes.

VF. *Si tuviera una barita mágica, ¿ingredientes de una campaña de éxito para el sector?*

VC. Con la barita mágica en la mano me gustaría que el Mercado Central de Mercamadrid estuviésemos en la vanguardia del 2021 y que pudiéramos contar con un relevo generacional en nuestras empresas que sabemos que hoy hay muchas condiciones en nuestro día a día.

VF. *¿Objetivos para este 2021?*

VC. Nuestro principal objetivo es seguir manteniendo a nuestros clientes y hacerles más fuertes y competitivos. Éste es parte de nuestro trabajo porque no hay refrán más sabio que dice: "Quien bien compra, bien vende".

Frutas y hortalizas frescas 5 al día
FRUTAS Candil, S.L.
CARMENCITA
EL SABOR DE LA FRUTA TRADICIONAL
MERCABARNA • 08040 Barcelona. Pabellón A - Puestos 1057-1058
Tel.: 93 335 13 44 • Fax: 93 335 41 98
MERCAMADRID • 28053 Madrid. Nave C - Puestos 33-35-37-39-41
Tel.: 91 785 54 16 • Fax: 91 785 63 96

MANOLO LUCAS / Responsable en Mercamadrid de Hnos. Fernández López

"Somos muy conscientes que con nuestro trabajo ofrecemos salud a los consumidores"

Para Manolo Lucas el aprendizaje principal que nos ha dejado la COVID-19 es que debemos mantenernos sanos y cuidarnos día a día, y la amplia gama de producto que representa Mercamadrid garantiza esa idea de alimentación saludable. Y en esta línea, el responsable en este mercado de Hnos. Fernández López pone en valor la labor que realizan los profesionales del sector fruta y hortaliza.

ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. *En términos generales y bajo la óptica de Hnos. Fernández, ¿de qué manera ha influido la irrupción de la COVID-19 en la demanda?*

Manolo Lucas. El inicio de la pandemia allá por el mes de marzo de 2020 representó todo un impacto en nuestro sector que, pese a que tuvimos la gran fortuna de mantenernos activos para poder garantizar el abastecimiento de alimentos a la población, tuvo que adaptarse a las restricciones de movilidad y a la implementación de todas las medidas de protección entre sus trabajadores. Fueron meses de mucho trabajo, de mucha determinación y esperanza, pero también de mucho miedo e incertidumbre.

Algunos productos fueron muy castigados por la COVID-19. Como ejemplo podemos citar la piña, la sandía o el fresón, que vieron bajar sus volúmenes de comercialización de manera muy drástica.

Son productos muy vinculados al sector de la hostelería y restauración que fueron los principales perjudicados de la crisis sanitaria. Por contra, el grupo de cítricos tuvo un comportamiento inverso registrando grandes subidas.

Afortunadamente, después de más de un año de pandemia, nuestra impresión es que los indicadores de comercialización están volviendo poco a poco a su sitio y en breve se recuperarán los ciclos de consumo y de campaña que debe de tener cada producto.

Manolo Lucas, responsable en Mercamadrid de Hnos. Fernández López. / ÓSCAR ORTEGA

El aprendizaje principal que nos ha dejado la COVID-19 es que debemos mantenernos sanos y cuidarnos día a día. ¡Qué mejor para ello que un consumo regular de frutas y verduras fresca! La amplia gama de producto que representa Mercamadrid garantiza esa idea de alimentación saludable.

"Este año cumplimos 20 años de presencia en el polígono alimentario de Mercamadrid"

"Estamos satisfechos del comportamiento de las ventas en este primer cuatrimestre"

VF. *Durante los primeros cuatro meses del año, ¿cómo se han desarrollado las ventas en Mercamadrid?*

ML. Estamos satisfechos del comportamiento de las ventas en este primer cuatrimestre. Después de un 2020 muy complicado hemos experimentado un crecimiento en facturación del 12% con respecto al mismo periodo del año pasado. Los principales productos donde hemos tenido incrementos son manzana, uva, ciruela, destacando también un crecimiento en lechuga. Confiamos que esta tónica se mantenga a lo largo de todo el año.

Acabamos de empezar con la campaña de fruta de hueso y tenemos muchas ganas de poder ofrecer un buen producto a nuestros clientes y un buen servicio a todos nuestros proveedores.

VF. *¿Qué representa para Hnos. Fernández López estar presente en la unidad alimentaria de Mercamadrid?*

ML. Estamos presentes en Mercamadrid desde 2001, por tanto, este año cumplimos 20 años de presencia.

La sede principal de Hnos. Fernández López, S.A.U. está en Barcelona pero la dirección de la compañía siempre fue muy consciente que debía tener representación en Mercamadrid, mercado de referencia para toda España, y el que más volumen de comercialización de productos frescos mueve año a año.

En 2001 empezamos con 4 puestos de venta en la nave B del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y ya al año siguiente, en 2002, adquirimos 5 módulos frigoríficos en la nave Beta 8 y en 2018 sumamos un puesto más en nuestra unidad de ventas.

Somos un equipo de 25 personas en la delegación que salimos día a día a jugar el partido con máxima profesionalidad y con mucha pasión por nuestro trabajo. Somos muy conscientes que con nuestro trabajo ofrecemos salud a los consumidores.

VF. *¿Están trabajando en algún proyecto nuevo?*

ML. Cada año dotamos una partida en nuestro budget anual para nuevos proyectos. En 2020 inauguramos en Barcelona el

Biomarket, primer mercado en España especializado en producto ecológico. Nuestra apuesta por los productos bio es decidida entendiendo que es una tendencia que irá ganando terreno año a año. También en 2020 pusimos en marcha la nueva plataforma de servicios en Granadilla de Abona (Tenerife) donde sumamos 4.000 m² más de instalaciones a nuestra estructura.

Para este año 2021 hemos destinado presupuesto para ampliar capacidad de maduración en nuestra sede de Alicante y también hemos crecido en Sevilla, donde hemos inaugurado dos puestos de venta en el Mercado de Frutas y Verduras de Mercasevilla y hemos incrementado superficie en nuestra plataforma logística de Dos Hermanas.

"En nuestros próximos años queremos seguir creciendo como organización"

"Las soluciones a los problemas del mundo han de ser globales y sin dejar de lado a nadie"

En Madrid, tras la incorporación del último puesto de venta en 2018, tenemos la estructura debidamente dimensionada y optimizada para el servicio que prestamos. Recientemente hemos renovado la rotulación mejorando la imagen corporativa en nuestra unidad de ventas de la nave B y acabamos de incorporar una pantalla de televisión desde donde nuestro departamento de marketing ofrece contenidos promocionales.

VF. *Al hilo de la pregunta anterior, ustedes disponen de almacenes y plataformas en diferentes unidades alimentarias del territorio español, ¿qué papel juega Mercamadrid en este engranaje y cuál es su área de influencia?*

ML. Nuestra delegación de Madrid opera para dar servicio a nuestros clientes de la Comunidad Autónoma y a toda la zona centro del país.

La organización logística de la compañía dispone de cinco grandes plataformas de servicios, cuatro de ellas en Península y una Canarias, donde tenemos especiales vínculos con el sector del plátano. Estas plataformas se encuentran todas en sedes próximas a la costa porque gran parte de nuestro suministro llega por mar y, por tanto, es más eficiente coordinar los servicios complementaros en ubicaciones situadas cerca del litoral. La delegación de Madrid está conectada con todas ellas a través de una logística diaria muy eficiente.

VF. *En clave empresarial y en esta época marcada por la pandemia de la COVID-19, ¿qué objetivos se plantea Hnos. Fernández López para este curso?*

ML. En nuestros próximos años queremos seguir creciendo en muchos sentidos, no solo en ventas y volumen, sino como organización. Somos un equipo de más de 800 personas y ello conlleva trabajar muchísimo de forma interna para crecer en eficiencia, en servicio, en calidad, en posicionamiento frente a nuestros competidores…

Asimismo en el año 2020 incorporamos dentro de la organización la Agenda Social con la implementación de un código ético con valores y principios que han de guiar la actividad de la compañía, tanto interna como externamente, en el marco de una política de responsabilidad social corporativa. La experiencia de esta pandemia nos ha hecho más conscientes a todos que las soluciones a los problemas del mundo han de ser globales y sin dejar de lado a nadie. Estamos determinados a contribuir en ese empeño.

Imagen de las paradas de Hnos. Fernández López en la nave B de Mercamadrid. / ÓSCAR ORTEGA

Una imagen de las paradas de CMR Infinita en el Mercado Central de Mercamadrid. / ÓSCAR ORTEGA

Panorámica exterior de la sede de CMR Infinita en el polígono alimentario de Mercamadrid. / O. ORTEGA

JESÚS LÓPEZ / Director Gerente de CMR Infinita

"Hemos sabido reorientar nuestra oferta y estamos aumentando las previsiones de ventas"

En clave general, la adaptación del mercado a la situación y la concienciación del consumidor por una alimentación más nutritiva derivada de la pandemia y, en clave particular, la instalación de placas solares en la sede de Mercamadrid y las perspectivas, son temas que trata Jesús López, director Gerente de CMR Infinita, en la entrevista.

ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. *¿Qué novedades presenta o proyecta CMR Infinita?*

Jesús López. CMR Infinita ha instalado placas solares en su sede.

Esta inversión se inscribe dentro de la política de responsabilidad social corporativa del grupo, con un claro compromiso con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente. Dentro de esta política también destaca la utilización de un 100% de material biodegradable en los envases empleados.

En CMR Infinita, en una clara apuesta por la digitalización, hemos renovado recientemente todo el sistema informático que ha quedado centralizado y conectado a tiempo real con el de nuestra sede central en Barcelona. Así, ahora el acceso a la información es mucho más dinámico, agilizando todo el proceso de puesta a disposición del producto al mercado.

VF. *Casi dos años de su nueva instalación en la plataforma H5 de Mercamadrid con la irrupción de la COVID-19 el año pasado. El coronavirus, ¿ha influido en sus planes de progresión?*

JL. Desde el inicio de la declaración de la pandemia establecimos rigurosos protocolos de prevención con el fin de evitar en la medida de lo posible los contagios que, por una parte, nos han conducido a una mínima afectación sanitaria pero que, de la otra, nos obligaron a asumir unos mayores costes que en ningún caso quisimos trasladar a la oferta.

CMR Infinita puso punto final al año pasado no solo manteniendo el 100% de sus puestos de trabajo, sino incluso creando nuevos empleos.

La caída de nuestras ventas en el canal Horeca debido a su cierre parcial fue compensada por un reajuste de nuestros programas y una mayor actividad en otros canales. Trabajamos de forma regular con toda la gran distribución nacional y con una extensa cartera de clientes en el sector mayorista y minorista.

Para Jesús López un equilibrio entre oferta y demanda con un producto de calidad es la base de una campaña de éxito. / CMR

Por la parte del suministro, logramos adaptar los programas nacionales y de contraestación a la nueva demanda, más focalizada en productos de temporada y de menor valor añadido, cerrando el ejercicio con un incremento de ventas del 10%.

VF. *En clave demanda, ¿una pincelada de este 2021 en el Mercado Central de Mercamadrid?*

JL. El canal Horeca está comenzando a abrir con el cese del confinamiento; apertura que está conllevando que se recupere la demanda y paso a paso el 30% de cuota que representa en el conjunto del Mercado Central de Mercamadrid.

A pesar de las circunstancias, hemos sabido reorientar nuestra oferta y estamos aumentando las previsiones de ventas hasta la fecha que con la apertura de canales y horarios nos lleva a plantearnos un escenario positivo de aquí a final de año.

VF. *Y de cara al verano y sin el estado de alarma, ¿cuáles son sus previsiones?*

JL. El mercado tiene que ir recuperando poco a poco su dinámica tradicional a medida que se normalice la situación.

El retail irá solicitando productos de mayor valor añadido, incorporándolos a su oferta, más allá de los de temporada y básicos y el consumidor aumentará su frecuencia de visitas y disminuirá su ticket de compra medio.

Por otro lado, todos los parámetros indican que la pandemia ha provocado una mayor concienciación del consumidor por un consumo nutritivo de calidad y ahí, las frutas y hortalizas son imbatibles, lo que garantiza una estabilidad futura del sector.

La gran pregunta que el mercado se plantea es en qué porcentaje los canales habituales serán capaces de recuperar la cuota de mercado que el canal dinámico y el online les han arrebatado durante este período de tiempo.

VF. *Bajo su experiencia, ¿qué ingredientes son necesarios para una campaña de éxito?*

JL. Un equilibrio entre oferta y demanda a lo largo y ancho de toda la campaña, teniendo como base un producto de calidad presentado en formatos adaptados a cada canal y segmento que satisfaga en su conjunto las tendencias del mercado.

Ese conjunto de factores posibilitará la satisfacción del mercado y con ello de toda la cadena de suministro, siendo los "mercas" los grandes catalizadores que traducen a la economía el verdadero valor y realidad de la oferta y la demanda.

> **"El mercado tiene que ir recuperando poco a poco su dinámica tradicional"**

> **"Trabajamos de forma regular con toda la gran distribución nacional"**

> **"Los "mercas" son los catalizadores que traducen a la economía el verdadero valor y realidad de la oferta y la demanda"**

Una panorámica de las paradas de Frutas Plasencia en Mercamadrid. / ÓSCAR ORTEGA

SOLEDAD ESPINOSA / Responsable de Frutas Plasencia en Mercamadrid

"Los mercados mayoristas acercan al cliente gran variedad de productos"

Soledad Espinosa, responsable de Frutas Plasencia en Mercamadrid, ilustra la importancia de los mercados de frutas y hortalizas como el de Mercamadrid. El repaso de la demanda influenciada por la COVID-19, las expectativas sobre la campaña de melón y sandía de producción nacional, y los objetivos que se plantean para el presente ejercicio son otros temas que comenta en esta entrevista.

Desde la izquierda: Soledad Espinosa, Jesús Vivar y Noelia Domínguez. / Ó. ORTEGA

ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. *Para empezar y desde su punto de vista, ¿como se han desarrollado las ventas en Mercamadrid este último año teniendo en cuenta la aparición de la COVID-19?*

Soledad Espinosa. En relación a los cítricos, hemos observado un incremento de consumo en comparación con la época anterior de la COVID-19; sin embargo, apreciamos un comportamiento diferente en el caso de otras frutas cuya venta se han visto afectada por el cierre de la hostelería.

VF. *En el día a día del Mercado Central de Mercamadrid, ¿cómo ha influenciado el nuevo horario?*

SE. Realmente continuamos teniendo el mismo horario puesto que se intentó implantar un horario diferente pero no hubo consenso.

VF. *Ustedes cuentan con producción y marca propia de melón y sandía. ¿Cuáles son sus expectativas para esta campaña?*

SE. Entendemos que la apertura de la hostelería favorecerá la venta de los productos que comentaba anteriormente. Bares, restaurantes y hoteles son grandes consumidores tanto de melones como de sandías y, en consecuencia, entendemos que puede haber un incremento en su demanda.

Remarcar como productores que respetamos el tiempo y la estacionalidad de cada una de las variedades de producto para ofrecer al consumidor fruta en óptimas condiciones.

VF. *Siguiendo con sandía y melón, ¿exportan? ¿A qué mercados?*

SE. Sí exportamos. Realizamos exportaciones a países como Francia, Alemania, Suecia, Dinamarca y Noruega.

> **"Nuestros clientes tienen en común la búsqueda de la calidad del producto"**

> **"Entre nuestros objetivos está seguir creciendo y fidelizando nuevos clientes"**

VF. *Desde las paradas de Frutas Plasencia en Mercamadrid, ¿qué objetivos se plantean para este curso?*

SE. En estos momentos Frutas Plasencia ya está asentada y cuenta con la fidelidad de los clientes que en busca de calidad y servicio optan por nuestra marca. No obstante, siempre entre los objetivos de la empresa está seguir creciendo y fidelizando nuevos clientes que compartan con nosotros la búsqueda de calidad, regularidad y servicio.

VF. *No nos movemos de sus paradas y de sus clientes, ¿qué perfiles de cliente acuden a ellas?*

SE. Si tuviéramos que definir en términos generales el perfil de cliente de Frutas Plasencia diríamos que son clientes que ante todo buscan calidad.

Los clientes que atendemos en nuestras paradas son tanto grandes como pequeños en cuanto a capacidad de compra, aunque ambos tienen en común la necesidad de fidelizar a sus clientes y el convencimiento de que esto solo se consigue ofreciendo calidad.

En este sentido, la pandemia nos deja cambios en las preferencias de los consumidores finales y, en consecuencia, también de nuestros clientes, con una clara necesidad de comprar fruta de calidad y una gran importancia al sabor.

Cadenas de supermercados, cadenas de fruterías, pequeñas fruterías y fruteros de venta ambulante que buscan calidad y regularidad, conforman nuestra cartera de clientes. Con todos ellos la relación es directa y de confianza que permite, entre otros aspectos, conocer de primera mano y responder a sus necesidades.

VF. *Frutas Plasencia cuenta con paradas en Mercamadrid y Mercabarna. ¿Por qué apuestan por los "mercas"?*

SE. Apostamos por los mercados como Mercamadrid y Mercabarna porque son un punto de encuentro entre nosotros y los clientes.

Los mercados mayoristas acercan al cliente la gran variedad de productos que requiere para llenar sus establecimientos y tiene la oportunidad de poder tenerlos a su disposición en un espacio relativamente reducido, lo que dinamiza y facilita la compra a los clientes.

VF. *Su centro de manipulación en Faura (Valencia) cuenta con un calibrador electrónico...*

SE. El centro de manipulación de Valencia cuenta con la tecnología más avanzada del sector con el fin de minimizar errores en la cadena de manipulación. Para ello, contamos con calibrador electrónico que nos permite automatizar tanto la clasificación de la calidad como la calibración de la fruta. El calibrador que tenemos instalado es el de Maf Roda y estamos muy satisfechos con el resultado que obtenemos.

JOSÉ RAMÓN SEMPERE / Presidente de Mercasa

"El Merca es el modelo más eficiente en España para la cadena comercial de los alimentos frescos"

El presidente de Mercasa, José Ramón Sempere, está convencido de que la red mayorista de alimentación que conforman los 24 Mercas es "el modelo más eficiente" para la cadena comercial de los alimentos frescos" en España. En una entrevista con Efeagro en el mes de febrero, Sempere realizó un repaso a la actividad de los Mercas en relación con la pandemia, la dimensión y las cifras de su actividad, la Ley de la Cadena Alimentaria y la apuesta por los productos ecológicos.

ANGÉLICA QUINTANA. EFEAGRO.

Efeagro. *¿Cuáles son las grandes cifras que definen la realidad de la Red de Mercas?*

José Ramón Sempere. La red está formada por 24 Mercas, en las que operan más de 3.300 empresas mayoristas, que venden cada año un total de 9 millones de toneladas de productos frescos, de los que 6,2 millones son frutas y hortalizas; otras 785.000 son pescados y mariscos, 880.000 de carnes y 220.000 de otros productos.

El valor de las ventas se eleva a 17.000 millones de euros, un 1,4% del producto interno bruto (PIB) nacional. En empleo, son más de 30.000 personas para proveer de alimentos frescos a más de 30 millones de personas, con 100.000 transacciones que se realizan cada día.

Efeagro. *¿Existe una red como la de Mercasa en otros países del mundo?*

JRS. Mercados mayoristas existen en todos los países. Pero el modelo español es único en el mundo en su concepto y gestión de red pública coordinada, con la participación del Estado y ayuntamientos. A escala internacional, nuestra realidad está muy valorada.

Efeagro. *Mercasa tiene en marcha un plan estratégico 2019-2023 ¿Cuáles son sus principales objetivos para lograr en este periodo de tiempo?*

JRS. Nuestro objetivo fundamental en los próximos años es reforzar la posición destacada de la Red de Mercas, dados los grandes cambios que se están produciendo ya en la cadena comercial de frescos, desde la oferta en origen hasta la demanda de todos los formatos de comercio y restauración.

En mayor o menor medida, todas las empresas que compran alimentos frescos en España son clientes de las que están ubicadas en los Mercas. Nos gusta decir que somos el camino más corto entre origen y destino. Nuestro objetivo estratégico es reforzar esa realidad.

José Ramón Sempere recibe en certificado concedido por AENOR. / MERCASA

> **"La red está formada por 24 Mercas, en las que operan más de 3.300 empresas mayoristas, que venden cada año 9 millones de toneladas de productos frescos"**

> **"El modelo español es único en el mundo en su concepto y gestión de red pública coordinada, con la participación del Estado y ayuntamientos"**

> **"En los momentos iniciales del confinamiento, el sistema Mercasa-Mercas fue sometido al mayor test de estrés, que fue superado con éxito"**

> **"Nos gusta decir que somos el camino más corto entre origen y destino. Nuestro objetivo estratégico es reforzar esa realidad"**

Efeagro. *El año 2020 ha estado marcado por la complicada situación generada por la pandemia ¿En qué ha afectado más la crisis sanitaria a la actividad de los Mercas?*

JRS. En los momentos iniciales del confinamiento, el sistema Mercasa-Mercas fue sometido al mayor test de estrés, que fue superado con éxito. El abastecimiento estuvo garantizado en todo momento. Un esfuerzo reconocido por las instituciones y la sociedad que nos llena de orgullo.

En términos de actividad, las ventas de frutas y hortalizas se han mantenido e incluso aumentado. En pescados y mariscos, se ha resentido la demanda de la hostelería, al igual que en las carnes.

Efeagro. *La Red de Mercas acaba de sumar su centro número 24 con Mercaolid (Valladolid). ¿Están previstas nuevas incorporaciones?*

JRS. La realidad es que con los Mercas existentes se cubren las necesidades de servicio, con áreas de influencia que en algunos casos llegan incluso a solaparse.

Efeagro. *La borrasca Filomena dejó a muchos supermercados desabastecidos durante varios días en Madrid. Mientras, las tiendas y mercados municipales tenían producto porque pudieron ir a Mercamadrid. ¿Qué ventajas ofrece un Merca para suministro de productos frescos?*

JRS. Los hechos volvieron a demostrar la eficiencia del modelo Mercasa-Mercas, porque en apenas 48 horas se recuperó la actividad de las empresas para abastecerse y poner la mercancía a disposición de sus clientes. Ha vuelto a demostrarse que el modelo es el más eficiente para la cadena de frescos.

Efeagro. *¿Qué pueden aportar las últimas modificaciones de la Ley de la Cadena Alimentaria a su buen funcionamiento?*

JRS. El servicio público de Mercasa y la Red de Mercas gestiona los espacios, las infraestructuras y los servicios para que los mercados y las empresas mayoristas y minoristas, así como el canal Horeca, puedan realizar sus transacciones con eficiencia, transparencia, seguridad y sostenibilidad. Ayudamos a que los mercados funcionen, pero sin intervención en las operaciones comerciales.

En cuanto a la importancia de las Mercas para las producciones nacionales, las cifras son elocuentes: el 78% de las frutas y verduras, el 80% de las carnes y el 70% de los pescados y mariscos son de origen nacional.

Efeagro. *Mercasa gestiona también una red de centros comerciales ¿Qué estrategias tiene la empresa en relación a esta línea de negocio?*

JRS. Los nueve centros comerciales de Mercasa prestan un servicio público, ayudando a la vertebración del comercio minorista de proximidad. Nuestro objetivo es que estos centros contribuyan a la revitalización de los barrios en donde se ubican, impulsando el desarrollo de negocios locales.

Efeagro. *¿Hacia dónde va la Red de Mercas? En su opinión, ¿Cuáles son sus iniciativas más innovadoras?*

JRS. Tenemos un marco perfecto para afrontar el futuro, que son los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030. Nuestra actividad encaja en todos ellos. Desde el compromiso con el objetivo "Hambre cero" hasta los vinculados con la seguridad alimentaria, la mejora de la nutrición y la agricultura sostenible.

Sin olvidar nuestro compromiso en ciudades sostenibles, reducir la huella de carbono y luchar contra el cambio climático. Igualmente, vamos a potenciar la presencia en los Mercas de alimentos ecológicos, cuyo primer ejemplo es el Biomarket, en Mercabarna, recientemente inaugurado, que es el primer mercado mayorista de alimentos ecológicos.

Fruta de verano II

valencia fruits
dossier

JOSÉ RODRÍGUEZ CARRASCAL / Presidente del sector de fruta de hueso de Asociafruit

"La ultraprecocidad no es un valor si el producto obtenido no es de calidad"

Desde Asociafruit, el presidente del sector de fruta de hueso advierte de que el comportamiento de la demanda ha cambiado, máxime después de una última campaña en la que coincidió una merma en la producción con un consumo un 30% superior al habitual durante los primeros compases del confinamiento. La irrupción de la pandemia, asegura José Rodríguez Carrascal, ha cambiado los hábitos de consumo y de compra.

CERES COMUNICACIÓN. SEVILLA.

Valencia Fruits. *¿Cuáles son las previsiones para la campaña de verano de la fruta de hueso en Andalucía en cuanto a niveles de producción, calidades, etcétera? ¿Puede decirse que la campaña arranca con unas perspectivas favorables tanto desde el punto de vista productivo como comercial debido a la menor oferta por las heladas en Europa?*

José Rodríguez Carrascal. Las heladas ocurridas en Europa no tienen un efecto directo sobre el desarrollo de nuestra campaña. Nuestras producciones son precoces con un calendario que abarca desde mediados de abril hasta mediados de junio, por lo tanto las producciones europeas principalmente de verano no coinciden con la nuestra. Respecto a nuestra cosecha, destacan varios aspectos que conviene mencionar, como son el retraso de 15 días respecto a la campaña del año anterior; la buena floración pero con cuajes no tan buenos sobre todo en la ultraprecoces; y, además de la falta de cuaje, se observa bastante presencia de huesos rotos y abiertos.

El inicio se ha complicado aun más por la falta de temperatura, falta de luz y las tormentas de final de abril. Aún es muy pronto para valorar cómo se va a desarrollar la campaña pero las dos primeras semanas los precios se están manteniendo a buenos niveles.

VF. *El talón de Aquiles de este y otros cultivos es el ruinoso precio en origen. ¿Cómo cree que se comportarán los precios para esta campaña? ¿Afectará de algún modo la reforma de la Ley de la Cadena Alimentaria?*

JRC. A nivel de precios considero que no debemos tomar como referencia el año pasado, ya que coincidió una falta de producción con un consumo un 30% superior a lo habitual en los momentos de los primeros confinamientos.

Este año, aunque la cosecha vuelve a ser algo menor respecto al potencial, venimos observando que el comportamiento de la demanda no es el mismo. Además, sigue sin existir gran parte de las ventas en el canal Horeca y la ausencia de muchos de los mercados callejeros, que para la fruta de verano son muy importantes.

Con la introducción de precios por encima del coste de producción como requisito obligatorio en la última reforma de la ley puede provocar la imposibilidad de algunas ventas en determinados momentos. No puedo entender cómo se puede obligar a los productores a renunciar a recuperar un tanto por ciento de sus costes.

José Rodríguez Carrascal es director de la SAT Síntesis. / ARCHIVO

Según José Rodríguez no se deben tomar como referencia los precios del año pasado.

Las heladas en Europa no han condicionado el desarrollo de la temporada andaluza.

"Sigue sin existir gran parte de las ventas en el canal Horeca y la ausencia de gran parte de los mercados callejeros"

"Andalucía ya acometió sus arranques hace tres años por lo que nuestros volúmenes están adecuados a la demanda en nuestras fechas de producción"

"El sector hortofrutícola en general ha demostrado sobradamente la capacidad para afrontar retos de forma continua"

"El único destino viable fuera de la UE que nos falta sigue siendo Rusia"

VF. *Hay quien asegura que esta campaña es clave para el futuro de los agricultores del sector, ya que una nueva temporada con rentabilidades mediocres o nulas seguirá expulsando fruticultores y derivando a manos de grandes empresas la producción frutícola del país, ahondando en la crisis económica de las zonas rurales, la pérdida de empleo y el abandono poblacional de estas áreas. ¿Comparte este análisis?*

JRC. No hay que olvidar que tras un profundo análisis de forma conjunta con el Ministerio de Agricultura hace dos años se llegó a la conclusión que el sector estaba sobredimensionado, por lo que el exceso de oferta era la principal causa de los malos precios. Desafortunadamente, la reducción de hectáreas que se viene produciendo no ha ido acompañada de ayudas al abandono o ayudas al arranque. Están siendo las reglas del mercado las que obligan a la reducción con unas consecuencias inmediatas en la pérdida de renta y la imposibilidad de sustitución hacia otro tipo de cultivo.

VF. *El éxito de todo sector pasa por adaptarse a las exigencias del cliente. ¿Hay nuevas tendencias en este sentido? ¿Por dónde caminan las demandas de los clientes en la cesta de la compra?*

JRC. Con la irrupción de la pandemia han cambiado tanto los hábitos de consumo como los de compra. La venta se ha concentrado en los supermercados y en unidades de venta directa. Los mercados tradicionales han descendido su cuota de mercado básicamente por la inexistencia del canal Horeca. Al mismo tiempo, debido al aumento del desempleo y el temor a una larga crisis, la presión sobre los precios va en aumento cada día. Al mismo tiempo, no se han abandonado los objetivos de biodiversidad, cultivos con menos residuos, eliminación de los plásticos… Todo ello hace que en nuestro sector estemos continuamente buscando soluciones y reinventándonos de forma permanente.

VF. *¿Qué radiografía puede hacernos hoy día del sector de la fruta de hueso en Andalucía?*

JRC. Andalucía ya acometió sus arranques hace tres años por lo que nuestros volúmenes están adecuados a la demanda en nuestras fechas de producción. Ha habido además una especialización en nectarinas tanto de carne blanca como de amarilla en base a una selección varietal perfectamente adaptada a nuestro suelo y clima. Por otra parte, casi han desaparecido cultivos como el albaricoque y el paraguayo, y en cuanto a ciruelas, se viene advirtiendo un cierto repunte en la superficie plantada.

VF. *¿Cuáles son los principales mercados de la fruta de hueso andaluza? Aparte de Europa, ¿qué otros destinos son prioritarios para el sector?*

JRC. Por las características de nuestro producto, el mercado natural es la UE, Suiza y Reino Unido. Algunos envíos se suelen hacer a largos destinos pero siempre vía aérea.

El único destino viable que nos falta sigue siendo Rusia, que desde 2014 desapareció tras el Veto Ruso.

VF. *¿Sigue vigente esa guerra entre los productores andaluces por llegar los primeros al mercado?*

JRC. La referida "guerra" por la precocidad más bien se planteó entre Andalucía y Murcia, aunque es cierto que en Huelva comenzaron a proliferar cultivos bajo invernadero. De todas formas los volúmenes de Andalucía nunca han significado una sobreoferta. Poco a poco y debido fundamentalmente a los malos rendimientos agrícolas de las variedades ultraprecoces se han ido eliminando las variedades de primeros de abril. La ultraprecocidad no es un valor sobre todo si el producto obtenido no es de calidad.

VF. *¿A su juicio, cuáles son las principales amenazas a las que se enfrenta el sector?*

JRC. Para mí, están claras: coste salarial; restricciones en el uso de fitosanitarios; producto que no satisface al consumidor de forma continua; y cambio climático.

VF. *¿Están preparadas las empresas del sector para afrontar esos retos?*

JRC. El sector hortofrutícola en general ha demostrado sobradamente la capacidad para afrontar retos de forma continua habiendo sufrido una transformación casi total en los últimos 10 años. No dudo que en el futuro va a seguir siendo así.

SmartFresh™

an AgroFresh solution

Scholar®

Mayor vida útil en fruta de pepita

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

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

AgroFresh

We Grow Confidence™

AgroFresh.com

RESPONSABLE COMERCIAL - NORTE DE ESPAÑA:

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

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

RESPONSABLE COMERCIAL - SUR DE ESPAÑA:

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

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

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

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

©2021 AgroFresh. Reservados todos los derechos. SmartFresh™ es una marca registrada de AgroFresh. Scholar® es una marca registrada por Syngenta.

En Aragón se espera una cosecha de fruta desigual y mermada por las heladas

Millones de kilos perdidos, 8.200 ha afectadas y 24,9 millones de euros en indemnizaciones

JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El sector de la fruta en Aragón genera 134,2 millones de euros al año, lo que representa el 7,6% de la producción final agraria y supone el 0,3 del PIB de la comunidad autónoma.

Esta región ostenta el liderazgo en producción de fruta dulce de hueso en España, como es el caso de la cereza con el 41% del total del país y el melocotón que representa el 34%.

La comunidad aragonesa destina más de 40.000 hectáreas a la producción de fruta dulce, principalmente en las comarcas de Valdejalón, Bajo Cinca, Calatayud, el Aranda, Caspe-Bajo Aragón, Calanda, Matarraña y La Litera.

La distribución de dicha superficie, por variedades de cultivos, es la siguiente: albaricoquero 2.096 has, melocotonero y nectarinas 20.625 ha, cerezo y guindo 7.570 ha, ciruelo 1.072 ha, manzano 3.368 ha y peral 3.386 hectáreas.

En una campaña normal la producción de frutas en Aragón suele rondar las 600.000 toneladas, con el siguiente reparto: melocotón, 189.000 toneladas; nectarina, 135.000; cereza, 25.300 toneladas; albaricoque, 12.800 toneladas; ciruela, 6.600; pera, 50.000, y manzana, 72.000 toneladas.

Esta campaña va a ser atípica y la producción será desigual, según las zonas, y menor debido a las heladas de marzo y a las últimas lluvias. Los fruticultores afectados habían echado sus cálculos y hablaban de pérdidas millonarias, pero Agroseguro ha puesto cifras a esas estimaciones.

Las indemnizaciones por los daños provocados por distintos fenómenos meteorológicos en lo que va de año se elevan en Aragón a los 28,6 millones de euros, de los que 24,9 millones corresponden a las hectáreas de frutales asegurados, en total 8.200, y se han perdido unos cien millones de kilos de fruta, principalmente, de cereza, albaricoque, melocotón y nectarina.

En marzo fueron las heladas primaverales y los perjudicados los fruticultores, cuyas producciones sufrieron "daños severos" especialmente en fruta de hueso, pero también en variedades adelantadas de fruta de pepita, dado que estos cultivos se encontraban en pleno periodo de floración. Hubo también siniestros en almendro, ya que los frutos se encontraban en las primeras etapas de floración. Agroseguro advierte de que "a este inicio tan complicado de año, se une ahora la incertidumbre que provoca la primavera y el verano, cuando las tormentas de pedrisco se vuelven más frecuentes e intensas".

Aragón ostenta el liderazgo en producción de fruta dulce de hueso en España. / JAVIER ORTEGA

Campo de frutales helados en Huesca. / JAVIER ORTEGA

Aragón destina más de 40.000 hectáreas a la producción de fruta dulce, principalmente en las comarcas de Valdejalón, Bajo Cinca, Calatayud, el Aranda, Caspe-Bajo Aragón, Calanda, Matarraña y La Litera

Se necesitará un 30% de mano de obra menos, entre 10.000 y 15.000 temporeros, de los que solo 5.000 llegarán de fuera de Aragón

HELADAS Y LLUVIAS

El inicio de la campaña de la fruta está marcado en Aragón por las heladas de mediados del pasado mes de marzo. Las zonas más afectadas han sido las comarcas oscenses del Bajo-Cinca, Cinca-Medio y La Litera, las zaragozanas de Calatayud y La Almunia, 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, paraguayo, cereza y almendro, principalmente. Además, los árboles también han sido dañados por el frío y está en peligro la cosecha del año que viene.

En la comarca del Bajo Cinca, una de las mayores zonas productoras de Aragón, la cosecha caerá de los 300 millones de kilos iniciales a los 150 millones y, además, se destruirán entre 2.000 y 3.000 empleos directos, sin contar los que se generan en almacenes o empresas de transportes. Especialmente afectados han resultado los municipios de Belver, Osso de Cinca, Zaidín o Fraga.

Esta campaña va a ser atípica y la producción será desigual, según las zonas, y menor debido a las heladas de marzo y a las últimas lluvias

En el Bajo Cinca y Caspe esperaban un "cosechón", pero, primero las heladas y después el agua caída, han hecho que las pérdidas ronden entre un 40 y un 80%

Cuando los productores del Bajo Cinca y de Caspe tenían todo preparado para iniciar la recogida de las primeras variedades tempranas de la cereza las lluvias frenaron todas las previsiones. Esperaban un "cosechón", pero, primero las heladas y después el agua caída, que ha rajado el fruto, han hecho que las pérdidas ronden, según las zonas, entre un 40 y un 80%.

Un ejemplo, la empresa Fruit Luxury Company, ubicada en la localidad oscense de Albalate de Cinca, tenía previsto recolectar 300.000 kilos de cereza, pero difícilmente superará los 70.000 kilos. Por el contrario, en La Almunia de Doña Godina, en la comarca de Valdejalón han tenido una doble cosecha y van a recolectar hasta 25 millones de kilos, solo en cereza.

MENOS TEMPOREROS

Al haber menos producción, esta campaña se va a necesitar menos manos de obra en todo lo relacionados con la fruta: recolección, manipulación y almacenes. En las zonas más afectadas por las heladas se estima que se necesitará un 30% menos. Se calcula que durante la campaña trabajarán entre 10.000 y 15.000 temporeros, de los que solo 5.000 vendrán de fuera de Aragón.

Con la idea de que sea una campaña "ejemplar" y para evitar brotes de coronavirus como el año pasado, se viene preparando desde hace unos meses. Primero los productores que iban a contratar temporeros tenían que firmar una declaración responsable sobre las previsiones de cosecha y de mano de obra que iban a necesitar así como del dispositivo de alojamiento, condiciones laborales, desplazamiento y medidas preventivas anti covid.

La mayoría cumplió con dicha declaración, pero más 400 han sido objeto de un expediente sancionador por parte de la Consejería de Agricultura.

Además, se han vacunado con Janssen, la de una sola toma, a los temporeros y demás trabajadores relacionados con la campaña de la fruta en una operación conjunta entre el Gobierno de Aragón y los servicios sociales y municipales de las zonas fruteras.

Los ayuntamientos han preparado pabellones, infraestructuras deportivas, como campos de fútbol, centros de día o viviendas municipales para el caso de que haya brotes y se requieran confinamientos. Igualmente han habilitado locales para acoger a los temporeros y al respecto el Gobierno aragonés habilitó una línea de ayudas para alojamiento de temporeros.

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, mejorando sus condiciones laborales y, al mismo tiempo, reduciendo los riesgos frente al coronavirus.

Comarcas fruteras limítrofes entre Huesca y Lérida, con gran intercambio social y comercial, pidieron a sus respectivos gobiernos autonómicos la vacunación masiva tanto de los trabajadores de la fruta como de la población en general.

Además de campañas de sensibilización para la ayuda, acogida y buen trato a los temporeros, en algunas zonas como el Bajo Aragón-Caspe se han puesto en marcha los llamados agentes de la convivencia. Temporeros ya veteranos ayudan a los nuevos en sus dificultades con el idioma o a la hora de encontrar alojamiento, trabajo u orientarles hacia los servicios sociales que les puedan resolver las dificultades.

Naranjas y Frutas.com

Anuncia tus cosechas de Fruta de Hueso en solo 2 minutos

El portal de **venta a nivel mayorista** de cosechas tanto en **campo** como en **exportación**.

Sistema de alertas para comerciantes

+200 comercios mayoristas registrados esperando ver tu cosecha.

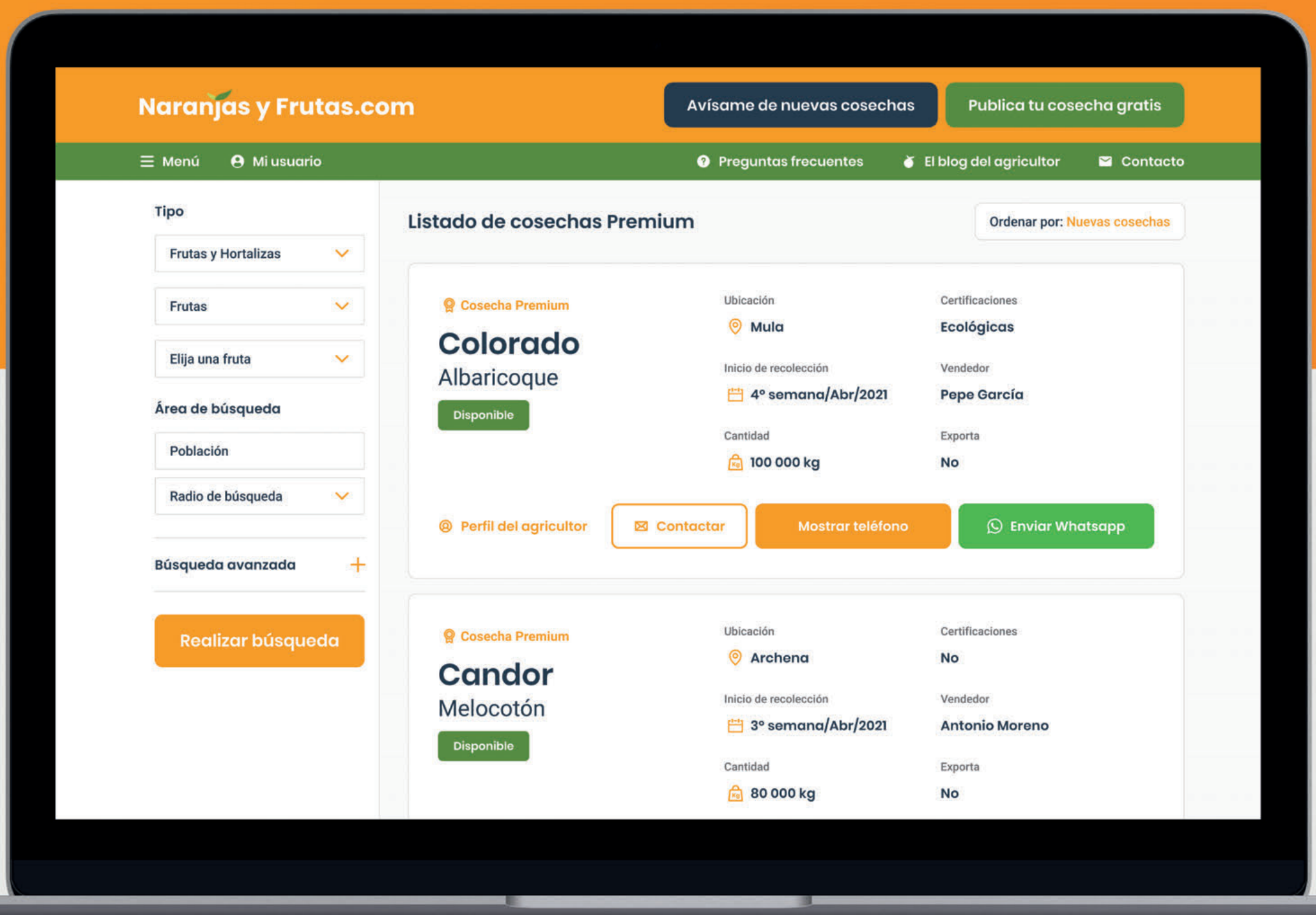
Todas las frutas y sus variedades

Todas aquellas que los productores quieran y desean anunciar.

Más de 3000 cosechas publicadas

Muchos agricultores ya tienen sus cosechas anunciadas.

+450 MILLONES de Kg publicados



PEPE ESCOMS / Responsable de fruta de hueso del Grupo Anecoop

“La menor oferta a partir de mediados de junio, si se cumplen las previsiones, marcará la temporada”

El inicio de la campaña de fruta de hueso en 2021 vino precedido de uno de los meses de abril más lluviosos y con menos horas de sol de la última década. Una vez más, la climatología vuelve a condicionar el correcto desarrollo de la temporada al haber un descenso de cosecha en toda Europa. Desde Anecoop, Pepe Escoms, responsable de fruta de hueso comenta cuáles son las previsiones que maneja el grupo cooperativo y cómo afrontan los próximos meses desde la óptica productiva y comercial.

NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. *El año pasado por estas fechas comentaba que la campaña de 2020 podría ser el “comienzo de la recuperación del sector de fruta de hueso”. Después de cierre del ejercicio pasado, ¿se confirma esta declaración?*

Pepe Escoms. En productos frescos, y más aún en perecederos, son necesarios varios años para constatar una predicción. Si miramos los cambios que están ocurriendo en la categoría de frutas de hueso, hay que pensar en una recuperación. Se han producido arranques en prácticamente todas las zonas productivas, de todos los productos, de variedades obsoletas, de las extra precoces y no tan precoces, de las de poca producción por hectárea, de variedades de poco valor comercial…

Todo esto implica una menor presión en el mercado y en cierto modo una ordenación de la oferta; por tanto, los resultados deberían mejorar.

VF. *Sobre la presente campaña, a 11 de mayo, ¿cuáles son las previsiones de Anecoop en fruta de hueso teniendo en cuenta los efectos de las inclemencias climáticas de las últimas semanas? ¿Cómo repercuten al plan inicial de volumen disponible y programa de ventas?*

PE. Las previsiones de los primeros aforos nos dieron un descenso del 20% sobre las cifras del año pasado en las mismas fechas. Hay que tener en cuenta que el año pasado ya hubo un descenso importante en los aforos respecto al año 2019 y esto es una bajada de producción muy importante, que en las previsiones nos dio un –30%.

Pero esto han sido los primeros aforos —realizados a principios del mes de abril—, después la climatología no nos ha ayudado, al contrario, hemos tenido episodios de lluvia y frío que han impedido que algunas frutas se desarrollaran de manera correcta, agronómicamente hablando. Se han verificado problemas de cuajado en ciruelas y albaricoques, también de rajado en algunas nectarinas y albaricoques. Esto da como resultado menos producción, más destríos y más gasto.

En definitiva, debemos acoplarnos a la situación cambiante cada semana, ya que sobre todo en precoces y extra-precoces el volumen “exportable” previsto va a ser menor de lo esperado debido a lo anteriormente comentado.

Pepe Escoms es el responsable de fruta de hueso del Grupo Anecoop. / ANECOOP

“Junto con los departamentos de calidad de nuestras entidades socias, así como nuestros proveedores, estamos realizando un esfuerzo mayor si cabe para que la fruta llegue al consumidor con los mejores niveles de sabor y color”

“Las previsiones de los primeros aforos, realizadas a principios de abril, nos dieron un descenso del 20% sobre las cifras del año pasado en las mismas fechas”

En Anecoop esperamos compensar parte de esta pérdida de cosecha con la aportación de colaboradores en algunas zonas de producción.

VF. *Anecoop está presente en las principales zonas productoras nacionales, empezando en Andalucía, Murcia y Valencia, continuando por Extremadura y Aragón, y terminando en Cataluña. Por comunidades, ¿qué primeras informaciones pude avanzar de la situación de la cosecha en 2021?*

PE. Recientemente hemos recibido información de Medfel de la previsión de cosecha europea de albaricoque. Sabiendo que esas previsiones se hicieron con cierta antelación respecto a cuando se difundieron, nosotros pensamos que, a día de hoy, en España la merma va a ser mayor de lo previsto. Algo por heladas, por mal cuaje y caída de frutos, además de rajado por las lluvias de abril, son los principales motivos de este descenso de la producción de albaricoque.

En el resto de los productos, con algo de merma, hay una cosecha casi normal en Andalucía, Extremadura y Murcia.

Por su parte, Valencia tiene un descenso importante por arranque en todos los productos y al que hay que añadir ahora las pérdidas por el granizo y las lluvias de abril.

Cataluña y Aragón también bajan debido a daños por frío, con zonas en las que hay mucha afectación y otras con menos, pero es la zona más afectada de España.

VF. *Viendo cuáles son las cifras (provisionales) en España y teniendo en cuenta las informaciones que llegan desde Francia e Italia, con una fuerte reducción en sus cosechas debido también a las heladas de abril, ¿cómo repercute esta situación a los intereses comerciales de Anecoop?*

PE. Es evidente que las heladas de abril han afectado a la fruta de los países productores de Europa. Es fruta que debería estar en el mercado a partir de mitad de junio aproximadamente. Sabiendo esto, las estrategias deben ser diferentes a las del mes de mayo. Si se confirman las cifras de la merma productiva, la oferta va a ser mucho menor.

A esto le añadimos que con la ciruela hay un país, Brasil, al que el año pasado no podíamos exportar y que es muy importante para nuestras exportaciones y sobre todo para Extremadura. Esto supondrá una descongestión en los envíos de ciruela a Europa, que será clave para el desarrollo de la temporada de esta fruta.

VF. *¿Cómo está respondiendo Europa a las primeras frutas de hueso españolas?*

PE. Hasta ahora, la oferta y la demanda han estado bastante equilibradas. En Europa no ha hecho mucho calor en la primera mitad de la primavera, por lo que el consumo ha sido contenido. En cuanto a la oferta nacional, este año llevamos un retraso de 8-10 días, más o menos, dependiendo de las diferentes zonas de producción. Debido al mal tiempo en abril han faltado horas de sol, que es lo que le da los grados brix (nivel de azúcar) y color a la fruta. De ahí el retraso. La conjunción de estos factores ha dado como resultado este equilibrio entre oferta y demanda.

“Hasta ahora, la oferta y la demanda han estado bastante equilibradas”

“Si miramos los cambios que están ocurriendo en la categoría de Fruta de Hueso, hay que pensar en una recuperación”

No obstante, el consumidor está con ganas de que le presenten algo nuevo, salir de lo que ha estado comiendo hasta ahora como postre, comer algo fresco que aporte algo de color y una fruta de hueso es ideal, por eso está siendo bien aceptada.

Por ello, junto con los departamentos de calidad de nuestras entidades socias, así como nuestros proveedores, estamos realizando un esfuerzo mayor si cabe para que la fruta llegue al consumidor con los mejores niveles de sabor y color.

VF. *¿Cuáles son las preferencias del mercado europeo en cuanto a fruta de verano? ¿La nectarina sigue siendo la fruta ‘reina’?, ¿el paraguayo ya ha tocado techo?, ¿qué pasa con el albaricoque? y ¿la ciruela, qué posibilidades productivas y comerciales ofrece?*

PE. La nectarina sigue siendo la más demandada, seguida del paraguayo y el melocotón.

El paraguayo aún no ha tocado techo en consumo, al contrario, va a seguir creciendo al igual que el albaricoque a medida que vayan apareciendo nuevas variedades con mejor sabor y color rojo total que cubran el calendario.

En ciruela, que en principio parecía que presentaba pocas novedades en cuanto a renovación varietal, se demuestra que no es así. De hecho, hay una oferta muy interesante en el mercado que hará que en este producto aumente el consumo.

La cereza va a seguir creciendo en diferentes zonas productoras de España. Para ello las claves serán precocidad, variedades de calidad y calendario.

VF. *Visto el potencial comercial de futuro que presentan la*

La nectarina sigue siendo la más demandada, seguida del paraguayo y el melocotón; en ciruela hay propuestas interesantes en el mercado y la cereza va a seguir creciendo, según Pepe Escoms. / ANECOOP

cereza y la ciruela, ¿son productos que podrían tener más peso en la oferta de Anecoop?

PE. La cereza, indiscutiblemente sí, a tenor del desarrollo que estamos observando. En el caso de la ciruela, desde el departamento técnico de Anecoop se ha llevado a cabo una selección varietal muy interesante que, si todo va bien, augura un futuro prometedor para esta fruta. Por el momento, tenemos buenas expectativas tras ver los resultados obtenidos en nuestros campos de experiencias. Estamos pendientes de ver la respuesta en los campos de cultivo.

VF. *¿Hay novedades desde el departamento del I+D del Grupo Anecoop en torno a las variedades de fruta de hueso?*

PE. Los programas de mejora de fruta de hueso digamos, estándar, siguen su evolución habitual, lanzando novedades todos los años de las que hacemos un seguimiento para ver cuál se establece como variedad comercial.

La línea de mejora de ciruelas parecía haberse estancado, pero han aparecido algunos programas con nuevas variedades que, como ya he comentado, son muy interesantes, aportando calidad y calendario sobre las existentes y que podrían ayudar al desarrollo de este producto en el mercado.

Como el resto de las empresas del sector, Anecoop sigue en la búsqueda de aquellos productos que permiten una diferenciación. Por ejemplo, la línea de albaricoques 'full-red' es ya comercial y se continúa con la mejora varietal, tanto en calidad como en calendario.

Los interespecíficos están ahí, algunos con características muy interesantes, pero todavía falta continuidad de calendario en algunos de ellos para poder establecer líneas continuas de suministro a los grandes clientes.

VF. *¿Qué podemos decir de la platerina (paraguayo con piel de nectarina)? ¿Qué ha pasado con esta fruta que hace unos años se presentó como una de las grandes revoluciones?*

PE. La platerina es un producto que está creciendo pero a un ritmo más pausado. Las primeras variedades que se plantaron daban frutos con buen comer, vistosos y apetecibles. Pero tenían un problema: se abrían y generaban grandes cantidades de destrío, por lo que no resultaban interesantes para los productores y su cultivo se frenó. Sin embargo, en estos años los obtentores han seguido trabajando en su mejora y, ahora mismo, ya hay variedades de platerinas plantadas que no se abren, además tienen algo más de calibre y comen bien. Estamos siguiendo de cerca su evolución.

En ciruela hay una oferta muy interesante que hará aumentar su consumo. / ARCHIVO

"Si todo va bien en el plano varietal, auguro un futuro prometedor para la ciruela"

"La platerina es un producto que está creciendo pero a un ritmo más pausado"

"Debemos acoplarnos a la situación cambiante cada semana, ya que sobre todo en precoces y extra-precoces el volumen 'exportable' previsto va a ser menor de lo esperado"

VF. *Después de lo vivido y aprendido durante 2020, primer año COVID, ¿cuáles serán los factores que marcarán la campaña 2021?*

PE. A pesar de que la pandemia esté más controlada gracias a la vacunación y parece que ya se ve la luz al final del túnel, el factor que realmente marcará la temporada 2021 de fruta de hueso será la menor oferta a partir del 15-20 de junio debido a las fuertes heladas en las zonas del valle del Ebro, Francia e Italia principalmente. Esto significa menos frutos en los árboles, mayor calibre de la fruta y menos tamaños medianos.

La cosecha de 2021 es un 20% inferior a la del año pasado, que ya fue un año destacado por su déficit de producción, y un 40% inferior a la media de 2015-2019. / ARCHIVO

Las heladas vuelven a jugar una mala pasada al albaricoque europeo

La cosecha 2021 de albaricoque en Europa se cifra en 343.502 toneladas, lo que supone un –20% que en 2020 y la de menor volumen de los últimos treinta años

NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

La campaña 2020 de albaricoque fue verdaderamente atípica debido a la crisis de la COVID-19 y al déficit de producción presente en casi todas las zonas de producción debido a heladas, lluvias y granizo. La cosecha total en Europa fue de 427.000 toneladas,. Hay que remontarse a 2003 y 1998 para encontrar cosechas menores, con 390.000 y 365.000 toneladas respectivamente.

Este año, de nuevo, el clima vuelve a ser el protagonista. Tras un invierno relativamente normal, poco frecuente en los últimos años, las heladas han sido las grandes protagonistas. Primero en enero en Grecia con temperaturas siberianas, luego a finales de marzo en España —especialmente en Cataluña— y después, a principios de abril, en Francia, Italia y de nuevo en Grecia con una ola de frío global, de varios días, que afectó a los pequeños frutos ya formados con una vegetación anticipada por la excepcional suavidad de las temperaturas de marzo.

Con una previsión de poco más de 343.000 toneladas, 2021 será la menor cosecha de los últimos treinta años a nivel europeo y este déficit no ha perdonado a ningún país ni a ninguna zona de producción.

La cosecha de 2021 es un 20% inferior a la del año pasado, que ya fue un año destacado por su déficit de producción, y un 40% inferior a la media de 2015/2019.

Con 2021 y 2020 tenemos, consecutivamente, las dos cosechas de albaricoque más bajas de los últimos 30 años. Esta situación plantea preguntas en el sector: ¿Esto es fruto de los efectos del cambio climático o, por el contrario, es una desafortunada coincidencia? ¿Qué debemos hacer los productores: implementar medidas de protección de cultivos, cambiar de variedades...?

EUROPA
Previsión de cosecha albaricoque 2021

	Produc. total (Tm)
Italia	**154.224**
Grecia	**55.000**
España	**86.835**
Francia	**47.443**
TOTAL EUROPA 2021	**343.502**
Cosecha 2020	426.856
Media 2015-2019	574.688
VARIACIÓN	–83.354
2021-2020	–20%
VARIACIÓN 2021	–231.186
MEDIA 2015-2019	–40%

EUROPA
Cosecha europeoa de albaricoque 2020

	Produc. total (Tm)
ITALIA	**162.760**
Emilia Romagna	12.983
Sur de Italia -Sicilia -Cerdeña	136.316
Resto de Italia	13.461
GRECIA	**78.000**
Peloponeso-Sterea-Creta	45.000
Macedonia-Otras regiones	33.000
ESPAÑA	**102.182**
Comunitat Valenciana	4.400
Región de Murcia	54.700
Aragón	15.453
Castilla-La Mancha	12.500
Resto de España	15.129
FRANCIA(*)	**83.914**
Languedoc-Rosellón	32.700
Ródano-Alpes	37.500
P.A.C.A.	13.714
TOTAL EUROPA 2020	**426.856**

(*) Suma de 3 regiones

Con poco más de 343.000 toneladas, esta será la menor cosecha europea en 30 años

ITALIA

En 2019 la producción italiana de albaricoques se vio afectada por el granizo. En 2020, fueron las heladas de finales de marzo y principios de abril las que afectaron a la producción. Las regiones del norte de Italia se vieron especialmente afectadas, pero también las del centro y el sur, a lo largo de la costa adriática. Antes de las heladas, la floración ya era menos abundante de lo habitual. En muchas zonas de producción quedó claro que la floración no era tan destacada como en 2019 debido a la alternancia fisiológica. Además, en algunas zonas, el suave invierno no cubrió las horas de frío necesarias para que los árboles entraran en reposo. En marzo de 2020, la climatología estuvo marcada por una larga fase de buen tiempo y temperaturas por encima de lo normal, lo que provocó un adelanto de la floración, que luego se prolongó durante varias semanas.

Al final, la producción italiana en 2020 alcanzó algo más de 162.000 toneladas, es decir, la mitad de la producción de 2019, con un déficit especialmente acusado en Emilia Romagna, con casi un 90% de pérdidas.

Este año han vuelto a ser las heladas las que han afectado a todas las zonas de producción, de norte a sur, con una previsión de cosecha de 154.000 toneladas, lo que supone un 5% menos que en 2020, un año que ya fue muy deficitario, y un 37% menos que la media de 2015/2019. La diferencia con 2020 parece limitada, pero no hay que olvidar que 2020 ya fue un año récord por su reducida cosecha en Italia. Hay que remontarse a 2003, 1998 y 1997 para encontrar una cosecha tan reducida en Italia.

ESPAÑA

En 2020, la producción se situó en algo más de 100.000 toneladas en España, lo que supone un descenso del 7% respecto a 2019. Las heladas y el granizo afectaron a la mayoría de las zonas de producción. El mercado se mantuvo fluido durante toda la campaña debido a la escasa oferta, con precios más altos que en campañas anteriores, que se habían caracterizado por un mercado muy difícil. 2020 fue un año récord para los albaricoques españoles en términos de exportación, tanto en valor como en volumen.

En cuanto a la producción, la tendencia es al aumento de los rendimientos y la calidad en todas las categorías de fruta de hueso. En los últimos años, no ha habido una evolución significativa en el número de operadores ni en la superficie cultivada a pesar de que los grupos de inversión han entrado en el sector.

ITALIA
Previsión de cosecha albaricoque 2021

	Produc. total (Tm)
Emilia Romagna	41.277
Sur de Italia -Sicilia -Cerdeña	104.168
Resto de Italia	8.779
TOTAL ITALIA 2021	**154.224**
Cosecha 2020	162.760
Media 2015-2019	245.054
VARIACIÓN	–8.536
2021-2020	–5%
VARIACIÓN 2021	–90.830
MEDIA 2015-2019	–37%

Aumenta la producción en los países del sur de la antigua URSS y en Turquía

A nivel de mercado, el sector de la fruta de hueso, al igual que muchos otros, está sometido a un importante aumento de las restricciones y normativas de todo tipo (legislación medioambiental, sanitaria, laboral, etc.), lo que genera automáticamente un aumento de los costes de producción que no siempre se repercute en el precio de venta, lo que se traduce en un deterioro de los resultados económicos.

Por otro lado, se observa un aumento de la producción de fruta de hueso en los países del sur de la antigua URSS y en Turquía con técnicas de producción "europeas" que cubren la demanda perdida por la UE en Rusia. Al mismo tiempo, se constata la intensidad de las producciones turcas con destino a la Unión Europea y que se pueden encontrar en los supermercados de la UE.

Este año se espera que la producción española descienda por tercer año consecutivo. Este déficit se debe a una caída generalizada en todas las zonas de producción y se prevé una cosecha nacional de 87.000 toneladas, es decir, un 15% menos que en 2020 y un 31% menos que la media de 2015/2019.

Las heladas de la segunda quincena de marzo afectaron a más de 5.600 hectáreas de albaricoqueros en España: 2.300 ha en la región de Murcia; 900 ha en Cataluña; 800 ha en Aragón y 700 ha en Castilla-La Mancha, con pérdidas de hasta el 100% en algunas parcelas, según ENESA (Entidad Nacional de Seguros Agrarios).

A finales de abril comenzó la recolección de las primeras frutas de la Región de Murcia que llegaron a los lineales de los supermercados europeos con un mercado fluido y precios elevados debido a una oferta limitada, que debería aumentar en los próximos días. Pero el déficit de producción en el sur y sobre todo en el norte no debería cambiar esta tendencia a lo largo de la campaña.

GRECIA

Grecia se libró relativamente de las inclemencias del tiempo en 2020, con una producción de 78.000 toneladas y muy buenos precios para los productores.

Pero en 2021, Grecia ha experimentado, por primera vez, temperaturas siberianas en enero que llegaron hasta los –17°C en el norte del país, luego heladas los días 25 y 26 de marzo y, finalmente, la ola de frío el 8 de abril. Las heladas afectaron tanto al norte (Macedonia) como al sur (Peloponeso).

Con 55.000 toneladas previstas, la producción griega de albaricoques en 2021 será un 29% inferior a la del año pasado y un 23% inferior a la media de 2015/2019.

FRANCIA

La campaña del albaricoque de 2020 en Francia estuvo marcada por los efectos del clima. En primer lugar, un invierno excepcionalmente suave, con temperaturas máximas superiores a los 20° o incluso a los 25° en diciembre, y luego temperaturas suaves de nuevo a principios de año.

En muchas zonas de producción y más concretamente en las zonas más meridionales como Crau, Costière o Roussillon, las necesidades de frío de muchas variedades no fueron cubiertas. La latencia de los árboles fue insuficiente, lo que dio lugar a una floración errática y muy prolongada, a menudo con brotes malformados o necróticos. Luego, a finales de marzo, algunas zonas del norte del Gard, pero sobre todo del Vaucluse, Drome, Isère y Ardèche, sufrieron varios episodios de heladas. Las plantaciones que pudieron protegerse con velas o torres de viento se salvaron parcialmente, lo mismo que algunos huertos en laderas, pero para el resto los daños fueron importantes, incluso muy importantes.

Al final, la producción francesa en 2020 fue de casi 84.000 toneladas. Hay que remontarse a 1998 para encontrar una producción tan baja.

Pero esto no era nada comparado con este año, comparado con el 2021. La ola de frío que comenzó el 8 de abril y se prolongó durante varios días en algunas cuencas de producción, especialmente en el valle del Ródano, acabó con la producción de muchas plantaciones, a veces incluso a pesar de los diversos medios de lucha puestos en práctica por los productores (velas, torres de viento, fumigación...).

Las pérdidas siguen un gradiente de intensidad decreciente de norte a sur, siendo la región de Rhône Alpes, primera región productora de Francia, la más afectada, después la región PACA, con fuertes daños en Vaucluse y el norte de Bouches du Rhône, y por último la región de Languedoc Roussillon, donde la intensidad de las heladas fue a veces menor y donde hay huertos que se han salvado.

La previsión de cosecha para 2021 es de algo menos de 50.000 toneladas, muy por debajo de los años históricamente bajos de 2020, 2008, 2001 y 1998.

Tras un año 2020 deficitario en volúmenes y unos años anteriores muy complicados en cuanto a mercado y remuneración de los productores, el sector del albaricoque sufre este año un nuevo y duro golpe.

ESPAÑA
Previsión de cosecha albaricoque 2021

	Produc. total (Tm)
Comunitat Valenciana	4.000
Región de Murcia	48.000
Aragón	17.682
Castilla-La Mancha	4.375
Cataluña	7.225
Resto de España	5.553
TOTAL ESPAÑA 2021	**86.835**
Cosecha 2020	102.182
Media 2015-2019	125.424
VARIACIÓN	–15.347
2021-2020	–15%
VARIACIÓN 2021	–38.589
MEDIA 2015-2019	–31%

GRECIA
Previsión de cosecha albaricoque 2021

	Produc. total (Tm)
Peloponeso-Sterea-Creta	30.000
Macedonia-Otras regiones	25.000
TOTAL GRECIA 2021	**55.000**
Cosecha 2020	78.000
Media 2015-2019	71.280
VARIACIÓN	–23.000
2021-2020	–29%
VARIACIÓN 2021	–16.280
MEDIA 2015-2019	–23%

FRANCIA
Previsión de cosecha albaricoque 2021

	Produc. total (Tm)
Languedoc-Rosellón	25.860
Ródano-Alpes	15.682
P.A.C.A.	5.901
TOTAL FRANCIA 2021 (*)	**47.443**
(*) Regiones	
Cosecha 2020	83.914
Media 2015-2019	132.930
VARIACIÓN	–36.471
2021-2020	–43%
VARIACIÓN 2021	–85.487
MEDIA 2015-2019	–64%

CICYTEX ha coordinado un catálogo para establecer el índice de cosecha en la fruta

Empresas y centrales frutícolas podrán analizar datos referentes a diferentes parámetros sobre la calidad de la cosecha mediante el uso de técnicas rápidas

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Un catálogo, coordinado por CICYTEX, ayudará a las empresas y centrales frutícolas a establecer el índice de cosecha en la fruta mediante el uso de técnicas rápidas. Este catálogo incluye un conjunto de fichas con los datos obtenidos en diferentes cultivares de ciruelas, nectarinas, melocotones y cerezas de las Vegas del Guadiana y el Valle del Jerte, recogidos en diferentes momentos de maduración en función del destino comercial de la fruta (exportación con periodos de tránsito largos; terceros países y mercado nacional; y madurada en árbol para consumo local).

Junto a los indicadores de los parámetros de calidad convencionales (peso, calibre, color, firmeza, entre otros) se añaden los índices de madurez que se han obtenido con las tecnologías rápidas empleadas, para ayudar a las empresas productoras en la interpretación de los datos. Son valores medios recogidos durante un periodo de estudio que comprende, según los casos, de dos a cinco años, y que pueden ser orientativos en el manejo de estas herramientas, teniendo en cuenta la climatología y la altitud del terreno.

Este trabajo tenía como objetivos evaluar el uso de tecnologías disponibles en el mercado y la obtención de los valores e indicadores que permitan adaptarlas a las mediciones de parámetros de calidad de cada tipo de fruta (peso, calibre, firmeza, color de la piel, acidez y producción de etileno, relacionado con la maduración). Son técnicas, basadas en lo que se denomina espectroscopía visible y NIR (infrarrojos), que presentan una serie de ventajas con respecto a las tradicionales: su rapidez, no es necesario destruir las partidas en las que se realiza el control de maduración; no depende de las condiciones climáticas, ni de la destreza del personal operario, para evaluar parámetros como el color, calibre o la firmeza de la fruta.

El uso de técnicas rápidas supone un ahorro en materia prima y en los tiempos de análisis de la fruta. / CICYTEX

El objetivo es ayudar a empresas productoras y centrales hortofrutícolas en sus procesos de producción y comercialización

La tecnología permite analizar diferentes parámetros de calidad. / CICYTEX

El catálogo de fichas, disponible en la página web del proyecto INNOACE, recoge los datos de cultivares de ciruelas, nectarinas, melocotones y cerezas en diferentes zonas productoras del sur y norte de Extremadura, y en la localidad portuguesa de Castelo Branco. En la información se indican las fechas de madurez en función del destino comercial de los diferentes cultivares y la correlación existente entre los valores numéricos, que proporcionan las técnicas estudiadas, con los parámetros de calidad convencionales.

El objetivo es ayudar a empresas productoras y centrales hortofrutícolas en sus procesos de producción y comercialización. El uso de estas técnicas supone un ahorro en materia prima, tiempo de análisis y la obtención de lotes de frutas más homogéneos. Este trabajo denominado "Tecnologías no destructivas en campo y central hortofrutícola" ha sido coordinado por Belén Velardo Micharet, del área de Postcosecha de CICYTEX. También han participado la Institución Ferial de Extremadura —FEVAL—, y el Centro de Apoio Tecnológico Agro-Alimentar CATAA, de Portugal. Es una tarea incluida en el proyecto de cooperación transfronteriza INNOACE, que engloba un conjunto de tareas, estudios y propuestas innovadoras y en el que participan 14 centros de investigación de Extremadura, en España, y de las regiones Centro y Alentejo de Portugal.

El proyecto, coordinado por CICYTEX, tiene como objetivo fortalecer el tejido empresarial, creando sinergias entre empresas y centros de I+D+i, llevando a cabo acciones de transferencia y la validación de productos y servicios mediante procesos de innovación. Está co-financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) a través del Programa Interreg V-A España-Portugal (POCTEP) 2014-2020.

Las primeras cerezas certificadas del Jerte ya están en el mercado

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte prevé certificar esta campaña de 300.000 a 350.000 kilos de la variedad Navalinda

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte ha comenzado a certificar las primeras cerezas de la variedad Navalinda, la única que tiene pedúnculo certificada en el Valle del Jerte.

La presidenta del Consejo Regulador, Clara Prieto, ha comentado que "esta campaña tiene muy buena calidad debido a que las lluvias caídas en la zona no han afectado a la cereza y por el contrario, la ha engordado". Este año se prevé que "se certificarán de 300.000 a 350.000 kilos de Navalinda". En relación a la situación generada por la pandemia del COVID-19 en el campo, la responsable de la DO ha indicado que, "la recogida de cereza está muy controlada y vigilada, con protocolos de seguridad que se siguen de manera exhausta y se aplican a todos los temporeros que llegan a la zona".

La campaña de cereza en el Valle del Jerte llega con buena calidad. / DOP

La variedad Navalinda es la única certificada en el Valle del Jerte que tiene pedúnculo

En el Valle del Jerte el cultivo de las cerezas se desempeña de una manera natural, tradicional y sin aditivos, lo que consigue que las cerezas y picotas tengan un sabor único y un altísimo contenido en vitaminas, oligoelementos, flavonoides, etc. Tras una cuidadosa selección a pie de árbol, de acuerdo a un riguroso control de calidad, solo las mejores se identifican con el sello de la Denominación de Origen Cereza del Jerte.

Existen muchos tipos diferentes de cereza, la variedad principal en la zona del Jerte es la cereza sin rabito llamada picota que llegan a partir de la primera quincena de junio y que, con la máxima calidad garantizada por la contraetiqueta que siempre les acompaña, estarán en los mercados hasta la primera semana de agosto.

La máxima calidad que garantiza la Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte es muy fácil de encontrar en cualquier frutería gracias a la contraetiqueta que acompaña cada caja de cerezas y picotas procedentes del Valle del Jerte.

El Consejo Regulador de Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte es una entidad que trabaja para promocionar y certificar el origen y la calidad de los productos protegidos. Sus principales objetivos son difundir la imagen corporativa de la Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte, así como promocionar el cultivo y la comercialización de cerezas de calidad.

FRANCESC PÀMPOLS / Gerente de Pampols Packaging Integral

"Somos conscientes que durante la campaña de la fruta la inmediatez es un plus"

Con estas palabras Francesc Pàmpols, gerente de Pampols Packaging Integral, enfatiza uno de los puntos fuertes de esta empresa durante la campaña de fruta de hueso, época de muy alta demanda de sus clientes.

Francesc Pàmpols soluciones de embalaje y almacenamiento más sostenibles. / VF

"La automatización en el sector hortofrutícola es una realidad creciente"

"Estamos prestando un servicio cada vez más personalizado a nuestros clientes"

◗ **ÓSCAR ORTEGA.** BARCELONA.

Valencia Fruits. *En clave fruta de verano, ¿principales demandas?*

Francesc Pàmpols. Las soluciones de demanda varían según la fruta a la que nos refiramos y a las propias necesidades de almacenamiento, transporte y presentación de cada alimento. Sí que es cierto que observamos una preferencia por soluciones de embalaje y almacenamiento más sostenibles, como pueden ser los alveolos de celulosa, las bandejas de cartón o papel kraft o las mallas biodegradables.

Asimismo, en los últimos años se ha intensificado el interés para automatizar parte de los procesos de envasado y presentación de las frutas para ser más eficientes y competitivos. En este sentido, equipos de llenado automático o enmalladoras para producto sin bandeja y con uso de mallas compostables son algunas de las soluciones de mecanización que más hemos instalado en casa de los clientes.

VF. *La época estival, ¿supone para Pampols un incremento de actividad?*

FP. Sí, sin lugar a dudas. Con la campaña de la fruta ya en marcha, los meses de verano nos centramos en el servicio personalizado para dar soluciones innovadoras y ágiles a nuestros clientes en todo lo relacionado con el packaging, intentando acortar los tiempos de respuesta. Somos conscientes que durante la campaña de la fruta la inmediatez es un plus.

También nos centramos en prestar un servicio técnico de mantenimiento y reparación en los equipos de envasado de final de línea instalados en casa de nuestros clientes. Son las dos principales líneas de negocio durante la campaña de fruta.

VF. *Coincide este aumento de su actividad, ¿con la puesta en marcha de las nuevas y más amplias oficinas?*

FP. Así es. Llevamos tiempo con la ampliación de las oficinas y esperemos que finalicen durante el segundo trimestre del año. Además, hemos reforzado el equipo del taller y servicio técnico, duplicando el número de personas, para poder ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes, sobre todo en la instalación y reparación de equipos y máquinas.

VF. *Antes ha nombrado la automatización de procesos. ¿Cada día mayor implementación de proceso de automatización en centrales hortofrutícolas?*

FP. Las empresas hortofrutícolas buscan reducir costes, optimizar procesos y ser más competitivos, y la mecanización representa una de las principales vías para conseguir estos objetivos.

La automatización en el sector hortofrutícola es una realidad creciente. No es cuestión de automatizar a la vez todos los procesos, sino de valorar las necesidades concretas de cada empresa para mecanizar aquel proceso o procesos en los que se destinan más recursos sin que haya un retorno claro de beneficios. Desde Pampols ofrecemos también este asesoramiento previo para evaluar las necesidades y circunstancias de cada cliente.

VF. *Estamos a finales de mayo, ¿qué valoración hace de este 2021?*

FP. Este año también está marcado por la situación de pandemia mundial, pero somos optimistas tras la llegada de las vacunas y con la esencialidad del sector hortofrutícola.

Todavía es pronto para hacer un balance del 2021, y a pesar que está siendo un año complejo —acentuado también por la escasez y el encarecimiento de las materias primas—, desde Pampols estamos satisfechos de cómo se está desarrollando el ejercicio, nuestro equipo humano está trabajando muy duro y estamos prestando un servicio cada vez más integral a nuestros clientes.

VF. *¿Por qué optan con obtener diferentes certificados?*

FP. Las necesidades de los clientes marcan el rumbo de los sectores económicos. Mantener en vigor las certificaciones ISO y BRC nos ayuda a garantizar unos altos estándares de calidad, estándares que a veces nuestros clientes más exigentes no pueden hallar en el mercado con otras marcas. Renovar u obtener nuevas certificaciones implica mayor burocracia y mayores costes, pero consideramos que no hay otra opción para prestar un servicio de calidad. De cara a 2022, estamos estudiando la obtención de la certificación IFS.

VF. *La sostenibilidad en los envases es algo que cada día preocupa más a la sociedad y a las empresas, ¿cómo está gestionando Pampols este tema?*

FP. La sostenibilidad es un aspecto que nos tomamos muy en serio, y constantemente incorporamos soluciones de maquinaria, envasado y embalaje más sostenibles a nuestro catálogo de productos y servicios. Por ejemplo, utilizar material reciclado frente a material virgen supone una disminución de la huella de carbono del producto y un ahorro económico en las materias primas. Es un punto que solemos primar a la hora de buscar nuevas propuestas de packaging. No obstante, dada la delicada situación económica y sanitaria actual, factores como la seguridad alimentaria parece que se imponen, y pueden marcar nuevas tendencias en cuanto a las soluciones de envases se refiere.

El IMIDA y el CEBAS-CSIC presentan sus dos primeras variedades de ciruela

'Lucía Myrtea' y 'Victoria Myrtea' tienen un gran potencial comercial gracias a sus características y a su temprana maduración en los primeros días de junio

El director del Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario, durante la presentación con el CEBAS de las dos nuevas variedades de ciruela que se comercializarán a partir del próximo año. / CARM

◗ **VALENCIA FRUITS.** REDACCIÓN.

El Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA) y el Centro de Edafología y Biología Aplicada del Segura (CEBAS-CSIC) presentaron a finales de abril, tras diez años de investigación conjunta, los primeros resultados del programa de mejora genética del ciruelo japonés. Se trata de dos variedades de ciruela de pulpa roja, 'Lucía Myrtea' y 'Victoria Myrtea', de gran calidad gustativa y perfectamente adaptadas a zonas cálidas de cultivo debido a sus reducidas necesidades de frío.

Además, estas variedades presentan una serie de características muy atractivas y demandadas por los consumidores, como su piel violácea y una pulpa de color rojo intenso con una textura firme, jugosa, aromática y con un gran sabor. Todas estas características confieren a estas dos nuevas variedades (con las que se inicia la serie 'Myrtea Plums') un gran potencial comercial que contribuirá a relanzar el cultivo de ciruelo japonés, en cierta decadencia los últimos años.

Asimismo, la temprana maduración de ambas variedades permitirá ofertar ciruela de pulpa roja de alta calidad durante todo el mes de junio. Concretamente, la variedad 'Lucía Myrtea' se configurará como la primera oferta anual de ciruela de pulpa roja, en los primeros días de junio. Otra característica destacable es la autocompatibilidad floral en el caso de 'Victoria Myrtea', aspecto muy excepcional en las variedades de ciruela, y especialmente interesante para los agricultores, ya que no necesita polinización de otra variedad.

'Lucía Myrtea' y 'Victoria Myrtea' ya están disponibles para los productores a través de un sistema de transferencia del material vegetal que asegura la sanidad de las plantas y su trazabilidad. De esta forma, la multiplicación la lleva a cabo el vivero Agromillora Iberia SL, mientras que la comercialización se realiza a través de diversos viveros licenciatarios. En la actualidad ya se han suscrito licencias de comercialización con Viveros Nurfruits SL y Viveros José Antonio Gómez SL.

El programa de mejora de ciruelo continúa en pleno desarrollo en la finca experimental Casa Marín de Calasparra, cedida por el Servicio de Formación y Transferencia Tecnológica de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente.

A la presentación de las nuevas variedades 'Myrtea Plums' asistieron, entre otros, los directores de los dos centros de investigación responsables del programa de mejora de ciruelo y los investigadores. Los responsables del equipo de investigación apuntaron que esas variedades son el resultado de un importante trabajo de investigación conjunto y que, además, se han generado selecciones avanzadas que están en la fase final de evaluación y permitirán registrar y poner a disposición de los agricultores un importante número de nuevas variedades en los próximos años.

El programa de mejora genética de ciruelo japonés está desarrollado y cofinanciado conjuntamente por el CEBAS-CSIC y el IMIDA, a través de la Unidad Asociada conformada por el Grupo de Mejora Genética de Frutales del CEBAS y el Equipo de Mejora de Frutales del IMIDA.

Cataluña apunta a otro año con descenso de cosecha de melocotón y nectarina

Según la previsión de Afrucat, por segundo año consecutivo, la fruta de hueso en Cataluña baja en producción aunque presenta una calidad excelente

ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.
De la lectura de la previsión de cosecha de melocotón y nectarina de Afrucat, Asociación Empresarial de Fruta de Catalunya, por encargo del Departamento de Agricultura de la Generalitat de Catalunya, se concluye que es inferior por segundo año consecutivo. La previsión apunta a una producción catalana de las diferentes variedades de melocotón y nectarina de 306.610 toneladas que supone una disminución del 11% en relación al 2020, un año marcado por poca producción con un descenso del 33% sobre la cosecha del 2019.

Esta previsión representa una caída del 34% sobre la media del período de los últimos 5 año del 2016 a 2020. Aún con estas previsiones, Cataluña es una potencia en melocotón y nectarina en el mercado interior y europeo.

PREVISIONES DE COSECHA DE MELOTOCÓN, PARAGUAYO Y NECTARINA EN CATALUÑA (21 MAYO 2021)

GRUPO	Producción 2019	Producción 2020	Previsiones 2021	Variación (%) 2020-21	Var. (%) 2021 Media 16-20
Melocotón	122.305	80.401	76.320	–5%	–31%
Paraguayo	133.890	100.800	86.660	–14%	–31%
Pavía	24.667	21.300	22.240	4%	–5%
Nectarina	226.408	140.180	121.390	–13%	–40%
TOTAL	**507.270**	**342.682**	**306.610**	**–11%**	**–34%**

Estas previsiones de cosecha se han calculado a partir de las informaciones disponibles a fecha de 19 de mayo. Se han contemplado las heladas hasta el 19 de mayo

PREVISIÓN DE COSECHA 2021 DE CIRUELA Y CEREZA EN CATALUÑA

CIRUELA	PRODUCCIÓN 2019 (Tm)	PRODUCCIÓN 2020 (Tm)	PREVISIÓN (%) 2021 (Tm)	VAR. (%) 2020-21
Barcelona	569	532	550	3%
Girona	55	56	56	0%
Lleida	2.487	3.249	4.916	51%
Tarragona	834	832	874	5%
TOTAL	**3.945**	**4.669**	**6.396**	**37%**
CEREZA Y GUINDA				
Barcelona	699	545	706	30%
Girona	345	254	315	24%
Lleida	1.952	2.298	2.918	27%
Tarragona	5.022	3.125	5.790	85%
TOTAL	**8.018**	**6.222**	**9.729**	**63%**

GRUPOS

Por grupos y por orden de mayor a menor producción de estas fruta de hueso, un descenso de la nectarina es del 13% (121.390 t), el del melocotón plano es de 14% (86.660 t), y el del melocotón redondo del 5% (76.320 t); en cambio, la pavía experimenta un aumento del 4% (22.430 t).

EXCELENTE CALIDAD

En ningún caso, esta previsión cuantitativa pone en duda la excelente calidad de la fruta de hueso catalana, como ya es habitual y no podría ser de otra manera, en los últimos años.

En clave comercial, se apunta que este descenso de cosecha afectará a las exportaciones de fuera de las fronteras europeas que en consonancia también descenderán ya que la fruta se concentrará para el mercado interior y europeo. Europa es el destino exportador por excelencia de la fruta catalana.

Esta coyuntura obliga a afinar más las programaciones de fruta de hueso entre productores y clientes.

Hoy por hoy, la floración y el cuajado han sido buenos, se observa un retraso de entre unos 4 y 7 días respecto al año pasado que a efectos prácticos equivale a un calendario de una campaña normal, y unos calibres óptimos con alguna diferencia según zona concreta de producción.

LLEIDA, MARCA TENDENCIA

Lleida es la principal zona productora de melocotón y nectarina en Cataluña con una estimación de 278.850 toneladas, que representa una caída de cosecha del 11%. De hecho, por su gran peso específico marca la tendencia de toda la previsión catalana. Tarragona muestra datos parecidos en porcentaje con una bajada del 10% con 21.410 toneladas.

En el polo opuesto, las demarcaciones de Barcelona y Girona registran una estimación positiva con 4.910 (sube el 6%) y 1.450 (incrementa el 7%) toneladas, respectivamente.

CAUSAS

Los fuertes descenso de producción de Lleida y Tarragona se deben principalmente a la combinación de dos causas: las afectaciones negativas de la climatología y los arranques. En relación a la climatología, no se experimentaron incidencias significativas hasta el episodio de helada del 22 a 23 de abril que afectó de forma generalizada. En cuanto a los arranques, aunque alcanzan todas las principales fruta de hueso se centran sobretodo en melocotón amarillo, melocotón plano y nectarina amarilla.

Se ha frenado drásticamente el ritmo de plantación que, combinado con los arranques, hace que disminuya la superficie productiva. En cambio, Barcelona y Girona recuperan parte del potencial productivo a pesar de la disminución de la superficie plantada, aunque aún así, se encuentran muy por debajo de la producción de un año normal.

CIRUELA Y CEREZA

Afrucat también contempla previsiones de campaña para Cataluña de ciruela, cereza albaricoque. Para ciruela y cereza la estimación es alcista con 6.396 y 9.729 toneladas, que equivalen a incrementos interanuales del 37% y 63% respectivamente; en cambio, es bajista en albaricoque con 7.225 toneladas, un descenso del 23% en relación al 2020.

JOSEP PRESSEGUER / Director general de Fruits de Ponent

"Inauguramos una tecnología para 'leer' la calidad de la fruta sin necesidad de destruirla"

Josep Presseguer, director general de Fruits de Ponent. / ÓSCAR ORTEGA

ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.
Josep Presseguer, director general de Fruits de Ponent, repasa algunos aspectos relacionados con la campaña de fruta de hueso, como su perspectiva, y con el grupo cooperativo, las inversiones realizadas para esta campaña.

Valencia Fruits. *Para Fruits de Ponent, ¿cómo se presenta la campaña de fruta de hueso?*

Josep Presseguer. Será una campaña difícil por varios aspectos que resumimos en dos. Uno, seguimos en pandemia y, por lo tanto, como el año pasado la seguridad debe ser la principal prioridad; y otro, la falta de volumen de fruta de hueso a nivel de todo el sector por las heladas de esta primavera que han mermado la cosecha.

Aún en este contexto, el Grupo Cooperativo sigue anclado en la calidad y de ahí que se han puesto en marcha varias inversiones.

VF. *¿Cuáles son esas inversiones?*

JP. Siguiendo con la senda de la sostenibilidad, se ha instalado un punto de carga eléctrica para todas las carretillas de la central de confección de Alcarràs (Lleida), que complementa a la planta de energía solar instalada hace dos campañas que ya alimenta con energía verde toda la producción industrial. También una tecnología para 'leer' la calidad de la fruta sin necesidad de destruirla a través de un sistema de inteligencia artificial.

Y, por otro lado, inversiones para reforzar la seguridad de todos nuestros trabajadores sobretodo ahora en época de pandemia.

VF. *Algunas de estas inversiones están relacionadas con la sostenibilidad...*

JP. Sí, seguimos trabajando con varios de los ODS y sus metas ya que para Fruits de Ponent la sostenibilidad del planeta, de las personas y de nuestra económica son básicas.

VF. *En clave fruta de hueso y según la perspectiva que ha comentado anteriormente, ¿qué objetivos se plantean en esta campaña?*

JP. Como cada año, servir con profesionalidad a nuestros clientes un producto de calidad y, a pesar de los contratiempos, poder garantizar esta capacidad de servicio. También seguir promoviendo la marca OKI para la fruta de hueso y de esta forma llegar a Europa con una fruta que enganche al consumidor.

VF. *Volviendo a la pandemia y después de más de un año, ¿han notado algún cambio de hábito de sus clientes, mercados?*

JP. Sí, sin duda. El cliente consume más fruta ya que se trata de un alimento saludable, y esto se nota en el mercado.