

valencia fruits

22 de junio 2021 • Número 2.943 • Año LIX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



El sector fresero onubense ha dado por finalizada la campaña de comercialización de la fresa a mediados del mes de junio. / ARCHIVO

La fresa onubense cierra una buena temporada

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El sector fresero onubense da prácticamente por finalizada la campaña de comercialización. Una temporada que se ha saldado con buenos resultados. Atendiendo a los datos del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, desde finales abril los precios se han mantenido por encima de los valores registrados en las dos campañas anteriores.

El informe de seguimiento del sector de los frutos rojos señala

Los precios en origen se han mantenido en niveles elevados desde finales de abril

que los precios medios en origen de la fresa registraron descensos en el tramo final. Caídas de un 7,1% en la semana 22 con respecto a la 21, y de un 18,6% en la semana 23 con respecto a la 22. No

obstante, en línea con la tendencia de la temporada, la cotización de la primera semana de junio se situó por encima de las alcanzadas en las campañas 2018/19 (0,74 euros/kg) y 2019/20 (1,02 euros/kg). Mientras que las dos campañas anteriores finalizaron en la semana 22, el presente ejercicio concluye en la semana 23 con una cotización de 0,96 euros/kg.

En línea con los informes anteriores de la Junta de Andalucía y, profundizando en las cotizacio-

nes desde finales de abril hasta la primera quincena de junio, momento en el que ha finalizado la presente campaña, los datos ponen de manifiesto el importante incremento de los precios de la fresa onubense en dicho periodo de la actual temporada, con valores muy por encima de los registrados durante las nueve campañas anteriores. Solo en la última semana, la 23, ambas cotizaciones convergen, alcanzando valores muy similares.



Esta semana

3 La UE y EEUU han puesto fin a la disputa comercial y han suspendido los aranceles por un periodo de cinco años

4 La provincia de Almería cierra una mala campaña de sandía y melón



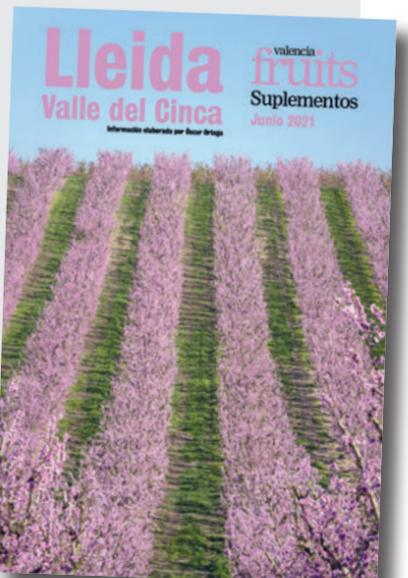
6 El tomate almeriense de invernadero pierde superficie y valor en la temporada finalizada

8 La producción de fruta caerá esta campaña un 14% en Aragón

10 Artículo de opinión de Inmaculada Sanfeliu, presidenta del CGC: "¡Déjennos competir en el mercado de la UE en igualdad de condiciones!"



16 **La Entrevista**
Entrevista a Vicente Dalmau, jefe del Servicio de Sanidad Vegetal de la Generalitat Valenciana



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	8
Agrocotizaciones:	12
Noticias de empresas:	19

LO INTELIGENTE ES TENERLO TODO

SMART CITRUS
all in one by AgroFresh

AgroFresh
We Grow Confidence™
AgroFresh.com

FOMESA FRUITECH
Your postharvest partner since 1955

Excelencia en productos postcosecha

Camí de Racó, 10 - Pol. Ind. Norte | T. +34 96 121 18 62 | info@fomesafruitech.net
46469 Beniparrell - Valencia (España) | F. +34 96 121 41 13 | www.fomesafruitech.net

valencia
fruits

Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

RAFAEL CABO CORTELL

ALEGRES DELICADES, S.L.

■ preimpresion@valenciafruits.com

Administración

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

Distribución y Suscripciones

FERNANDO MELIÁ CAÑADA

■ suscripciones@valenciafruits.com

Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ rocio.ferrer@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

■ info@valenciafruits.com

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



SUCRO

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: IMPRICA

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

Empresa Asociada:



Tribuna Abierta

Una gran oportunidad única

Por GONZALO GAYO

La Comisión Europea ha aprobado el plan de recuperación y resiliencia de España. Es un paso importante hacia el desembolso de 69.500 millones de euros en subvenciones con cargo al Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (MRR) de un total de 672.500 millones de euros (a precios corrientes) para sostener las inversiones y las reformas en toda la UE. Esta financiación sostendrá la ejecución de las medidas cruciales de inversión y reforma descritas en el plan de recuperación y resiliencia de España. Desempeñará un papel clave a la hora de facilitar que España salga reforzada de la pandemia de la COVID-19.

La Comisión ha evaluado el plan de España sobre la base de los criterios establecidos en el Reglamento del MRR. El análisis de la Comisión ha considerado sobre todo si las inversiones y reformas establecidas en el plan de España contribuirán a abordar eficazmente los retos señalados en el marco del Semestre Europeo; si abarcan medidas que coadyuven eficazmente a las transiciones ecológica y digital; y si contribuirán a reforzar el potencial de crecimiento, la creación de empleo y la resiliencia económica, institucional y social de España.

La evaluación de la Comisión concluye que el plan español dedica el 40% de su asignación total a medidas que apoyan los objetivos climáticos. Entre ellas se cuentan medidas para fomentar la movilidad urbana y a larga distancia sostenibles, aumentar la eficiencia energética de los edificios, descarbonizar la industria y reducir la dependencia energética, así como para desplegar nuevas tecnologías para el hidrógeno verde y las energías renovables. El plan también comprende medidas para contribuir a paliar los efectos adversos del cambio climático mediante la conservación de los espacios costeros, los ecosistemas y la biodiversidad, y para promover la economía circular mediante la mejora de la gestión del agua y los residuos.

La Comisión constata que el plan español dedica el 28% de su asignación total a medidas destinadas a la transición digital, tales como medidas sobre la digitalización de la Administración pública, la industria y las empresas, incluido un programa específico para la digitalización de las pymes. También habrá inversiones en equipos digitales para la educación y la mejora de las competencias digitales.

La evaluación de la Comisión considera que el plan español incluye un amplio conjunto de reformas e inversiones que se refuerzan mutuamente y que contribuyen a abordar de manera eficaz la totalidad o un subconjunto importante de los retos económicos y sociales indicados

en las recomendaciones específicas por país (REP) formuladas a España por el Consejo en el Semestre Europeo en 2019 y en 2020. Aborda medidas en los ámbitos del empleo para reducir la segmentación del mercado laboral y mejorar las políticas activas del mercado de trabajo, así como medidas en el ámbito de la educación y las capacidades y las políticas sociales, incluido el apoyo a la resiliencia y la capacidad del sistema sanitario. El plan da respuesta, en gran medida, a las REP en los ámbitos de la inversión en la transición ecológica y digital, la investigación, el desarrollo y la innovación, la producción y el uso limpios y eficientes de la energía, las infraestructuras energéticas, la gestión hídrica y de los residuos y el transporte sostenible. El plan incluye medidas para mejorar el clima empresarial, con actuaciones importantes sobre la regulación, reducir la morosidad y reformar el marco de insolvencia y la contratación pública. El plan también aborda las REP en el ámbito de las finanzas públicas, incluidas las reformas del sistema de examen del gasto, el sistema fiscal y el sistema de pensiones.

España propone proyectos en los siete ámbitos emblemáticos europeos. Se tratan de proyectos de inversión concretos que abordan cuestiones comunes a todos los Estados miembros en ámbitos que generan empleo y crecimiento, y que son necesarios para la doble transición. Por ejemplo, el plan de España prevé 6.100 millones de euros para invertir en tecnologías limpias y acelerar el desarrollo y el uso de las energías renovables, así como 7.800 millones de euros para mejorar la eficiencia energética de los edificios públicos y privados. Otras medidas sostienen la iniciativa emblemática europea "Recarga y repostaje" mediante inversiones en la recarga, el fomento de la infraestructura de vehículos eléctricos y la promoción de la movilidad sostenible.

La evaluación también constata que ninguna de las medidas incluidas en el plan entraña perjuicios graves contra el medio ambiente.

Los sistemas de control establecidos por España se consideran adecuados para proteger los intereses financieros de la Unión. El plan aporta datos suficientes sobre la forma en que las autoridades nacionales prevendrán, detectarán y corregirán los casos de conflictos de intereses, corrupción y fraude relacionados con el uso de los fondos.

La presidenta Ursula von der Leyen ha declarado: "Me complace presentar la evaluación positiva de la Comisión Europea del plan de recuperación y resiliencia de España, por valor de 69.500 millones de euros. Este plan transformará profun-

damente la economía española y la hará más ecológica, más digital y más resiliente. Hemos respaldado este plan porque es ambicioso, tiene visión de futuro y contribuirá a un futuro mejor para el pueblo español. La sólida responsabilización nacional con este plan es un buen augurio para el éxito de su ejecución".

Por su parte, Valdis Dombrovskis, vicepresidente ejecutivo para una Economía al Servicio de las Personas, ha declarado: "El plan de recuperación de España establece una ambiciosa hoja de ruta para estimular el rendimiento económico del país y reforzar su cohesión social, mediante el uso de 69.500 millones de euros en subvenciones de la UE para ejecutar un amplio conjunto de reformas e inversiones. El plan hace un hincapié muy necesario en la creación de empleo y en las generaciones jóvenes, con medidas para hacer frente al desempleo juvenil, mejorar la oferta de cualificaciones pertinentes para el mercado laboral y mejorar el entorno empresarial y la Administración pública. Pondrá en marcha inversiones a gran escala para ayudar a los ciudadanos, las empresas, las empresas y la Administración pública a abrazar las transiciones digital y ecológica. También felicito a España por proponer proyectos en todos los ámbitos de interés común europeo, tales como la energía limpia, el transporte sostenible o la conectividad digital. Ahora colaboraremos con las autoridades españolas para velar por la ejecución completa del plan".

Por su parte, Paolo Gentiloni, comisario de Economía, ha declarado que "hoy marca un hito importante para España tras un periodo tan difícil. La finalización de nuestra evaluación acerca la ejecución del plan de recuperación y resiliencia de España. Con su gran hincapié en las transiciones ecológica y digital y su amplio programa de reformas e inversiones, el plan español es tan ambicioso como lo exige la situación. Se trata de una oportunidad única no solo para reforzar la recuperación del país de la pandemia, sino también para construir una economía más justa socialmente, más sostenible y más dinámica. En resumen, una economía que sirva mejor a toda la sociedad española".

La aprobación del plan por parte del Consejo permitiría el desembolso de 9.000 millones de euros a España en concepto de prefinanciación. Esto representa el 13% del importe total asignado a España. La Comisión autorizará nuevos desembolsos en función del cumplimiento satisfactorio de los hitos y objetivos indicados en la Decisión de Ejecución del Consejo, reflejando los avances en la ejecución de las inversiones y las reformas.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

La UE y EEUU firman la paz comercial

El sector agroalimentario español recibe con alivio la suspensión de los aranceles por un periodo de cinco años

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La UE y EEUU han puesto fin a la disputa comercial entre la estadounidense Boeing y la europea Airbus a través de un acuerdo por el que se amplía la suspensión de los aranceles por un periodo de cinco años, según anunciaba el martes pasado la representante de Comercio de Estados Unidos, Katherine Tai.

Tai precisó que el acuerdo prevé extender la suspensión de los aranceles mutuos por cinco años a partir del 11 de julio. Aun así, la responsable estadounidense indicó que su país mantendrá la suspensión “siempre y cuando el apoyo de la UE a Airbus sea coherente con los términos del acuerdo”, es decir, que no cruce ninguna “línea roja y los fabricantes de EEUU puedan competir de forma justa”.

Por su parte, la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, subrayó que el acuerdo muestra un “nuevo espíritu de cooperación” transatlántica.

La disputa Airbus-Boeing es una de las más largas de la historia de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Se inició en 2004 cuando comenzó el proceso de denuncias por los subsidios concedidos por ambas partes a esas dos grandes compañías.

La OMC declaró ilegales esas ayudas y en 2019 permitió al expresidente de EEUU Donald Trump (2017-2021) imponer represalias sobre productos de la UE por valor de 7.500 millones de dólares (6.172 millones de euros). Un año más tarde, la UE respondió con aranceles a exportaciones estadounidenses valoradas en 4.000 millones de dólares (3.292 millones de euros). En marzo pasado, EEUU y la UE acordaron suspender esos aranceles durante cuatro meses, hasta el 11 de julio, para dar tiempo a negociar una solución.

La disputa entre ambos había afectado a 113 categorías de productos de la industria de alimentación y bebidas españolas que representan el 53,1% de los productos exportados a EEUU, y que están entre los 20 productos más vendidos a ese país, según la plataforma de sectores afectados por los aranceles.

EEUU es el quinto destino más importante para las exportaciones españolas de alimentos y bebidas, y en 2020 este comercio generó 1.885 millones de euros. Los aranceles han estado vigentes desde octubre de 2019 hasta marzo de 2021. El impuesto suponía una tasa adicional del 25%, y en el caso de España afectaba a productos como el aceite de oliva, la aceituna de mesa, el vino y los licores, las frutas y hortalizas en conserva, los cítricos, la carne de porcino y los quesos.

■ ALIVIO EN ESPAÑA

El Gobierno español y las organizaciones del sector agroalimen-



Los cítricos han sido uno de los productos perjudicados por los aranceles de Estados Unidos. / ARCHIVO

Un ‘respiro’ para los cítricos

Intercitrus, la Interprofesional Española de la Naranja y la Mandarina, valora el acuerdo conseguido entre la UE y EEUU. La imposición de estos aranceles a la exportación de cítricos españoles “supuso un desplome en la exportación de nuestras naranjas y mandarinas al mercado estadounidense del 26%”, señalan desde la interprofesional.

Atendiendo a los datos barajados por la US International Trade Commission (USITC) —el organismo estadounidense que se encarga de recoger los datos de importación de EEUU—, por ejemplo, en la campaña 2010/2011 se exportaron 60.783 toneladas de clementinas y mandarinas españolas a Estados Unidos, mientras que en la campaña 2019/2020 se desplomó hasta las 45 toneladas. “La clave para la expulsión de las clementinas españolas del mercado estadounidense ha sido, sin duda, el arancel adicional del 25% ad valorem sobre este producto introducido por

el Gobierno de EEUU, justo antes del inicio de la campaña de exportación 2019/2020”, apunta Intercitrus.

“El fin de estos aranceles supone la reactivación inmediata de las exportaciones al que, después de Europa, había sido hasta el 2019 nuestro segundo mercado principal. Sin duda, un destino estratégico para las exportaciones españolas de naranjas y mandarinas. Por ello, estamos ante una buena noticia y supone un respiro que pone fin a una injusticia histórica por desleal y arbitraria, dado que EEUU decidió castigar con la imposición de esta tasa al sector de cítricos españoles, asestando un golpe a donde más duele, al sector más frágil: la agricultura, convirtiendo con su decisión a los agricultores y comercializadores en víctimas de una situación, sin ninguna relación directa con el conflicto que originó las represalias”, denuncia el presidente de Intercitrus, Ramón Espinosa. ■

tario han recibido con alivio y celebrado el acuerdo alcanzado finalmente por la Unión Europea y Estados Unidos para suspender la aplicación de los aranceles. Los ministerios de Industria, Turismo y Comercio y de Agricultura, Pesca y Alimentación han destacado que el acuerdo permitirá recuperar la exportación a EEUU. La titular de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, ha subrayado que permite recobrar unas operaciones “clave para nuestras empresas y para la recuperación de la economía española”, mientras que el titular de Agricultura, Luis Planas, ha apuntado que los aranceles han gravado “injustamente” los envíos españoles.

La industria alimentaria española ha recibido con “mucho alivio” la suspensión de los aranceles, según el director general de FIAB, Mauricio García de

Quevedo, quien ha destacado que se abre ahora una nueva oportunidad para que España fortalezca su posición en ese mercado.

El director general de la Federación Española del Vino (FEV), José Luis Benítez, ha expresado su satisfacción por una “excelente noticia” que acaba con una situación que era “tremendamente injusta” y que devuelve el optimismo a las bodegas españolas en Estados Unidos.

Cooperativas Agro-alimentarias de España ha celebrado el acuerdo también y ha pedido apoyo institucional para que los productores recuperen el mercado estadounidense ya que, según sus datos, las exportaciones a ese país cayeron un 17% en 2020.

Por su parte, el presidente de la organización agraria Asaja, Pedro Barato, ha declarado que el pacto es “una decisión muy positiva” para las exportaciones

españolas agroalimentarias al mercado estadounidense.

En relación a dichas exportaciones, la organización agraria COAG ha cifrado en “más de 2.000 millones de euros” las ventas que salva España gracias al compromiso, que su secretario general, Miguel Blanco, ha calificado como un “balón de oxígeno” para los agricultores.

Sin embargo, siguen aplicándose las represalias aduaneras de EEUU contra la aceituna negra de mesa, asociadas a un litigio distinto, que comenzó en 2018, vinculado a un proceso “anti-dumping”, impulsado por la Administración del expresidente Donald Trump contra las subvenciones comunitarias.

Por su parte, UPA espera que el fin de los aranceles con Estados Unidos sea “una decisión geopolítica que marque la senda del futuro en el tema del merca-

do mundial de alimentos”. Tras valorar el acuerdo alcanzado, ha señalado que esta decisión “debe ser la primera de una serie de buenas noticias relativas a las relaciones comerciales de España y Europa con terceros países”.

■ FRUTAS Y HORTALIZAS

En el ámbito de las frutas y hortalizas los aranceles afectaban a cítricos en fresco y a melocotón, cereza y pera en conserva, y la suspensión puede contribuir, según Fepex, a impulsar la exportación hortofrutícola española a este país, que se situó en 80,6 millones de euros en 2020.

El año pasado la exportación de frutas y hortalizas frescas a EEUU creció un 18% con relación a 2019, situándose en 80,6 millones de euros, imputable al crecimiento de productos no sometidos a los derechos arancelarios adicionales impuestos por la administración estadounidense, especialmente hortalizas y en concreto, ajo, cebolla y pimiento. La exportación de ajo a EEUU en 2020 se elevó a 62,3 millones de euros, lo que ha supuesto un crecimiento del 56% respecto a 2019, y la de cebolla se situó en 1,8 millones de euros, un 48% más. También en los últimos años ha aumentado la exportación de pimiento, que en 2020 totalizó 5,7 millones de euros, habiendo pasado las hortalizas a representar el 92% de la exportación, a pesar de estar todavía muy limitada a un número reducido de productos, como consecuencia de las barreras fitosanitarias existentes.

En los últimos cinco años, las ventas a EEUU han crecido un 34%, pasando de 60,2 millones de euros en 2016 a 80,6 millones de euros, mientras que en volumen se ha estabilizado, pasando de 38.777 toneladas en 2016 a 34.343 toneladas, un 11%, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.

No obstante, a pesar de la evolución positiva en valor de las ventas a Estados Unidos, el porcentaje que representa este país sobre el total exportado por España es solo del 0,5% en 2020. Para Fepex, la imposición de los aranceles había desincentivado la adopción de medidas que impulsan el crecimiento y diversificación de las exportaciones en este mercado, a pesar del fuerte potencial, en especial en la costa Este. Por ello, la supresión del arancel adicional impuesto por Estados Unidos a determinadas frutas permitirá consolidar un proceso de crecimiento que constituye una prioridad estratégica para el sector considerando la dimensión y potencial de este mercado. Para ello, Fepex plantea una estrategia más ofensiva en el ámbito fitosanitario, que facilite también el cumplimiento de las medidas fitosanitarias exigidas por el APHIS.

■ A 19 JUNIO

Exportados 439.062.498 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2020/2021, a 19 de junio, se han enviado a países terceros, en exportación (438.685.012) y reexportación (377.486), un total de 439.062.498 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2019/2020, a 20 de junio de 2020, lo exportado eran 241.472.750 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 20/21		Campaña 19/20	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Albania			5.400	
Andorra	458.713	1.294	632.675	
Angola			99.555	
Arabia Saudita	22.677.252		12.615.893	
Argentina	2.745.913		621.629	
Armenia	18.183		59.315	
Australia	258.153		335.656	
Bahrein	347.500		192.810	
Bangladesh			39.842	
Bielorrusia	4.571.571		2.510.409	
Bosnia-Herzegovina	63.699		446.316	
Botsuana	22.880			
Brasil	19.051.997		22.890.408	
Bulgaria	210			
Burkina Faso	34.673		36.600	
Cabo Verde	106.733		339.864	73.901
Camerun			7.046	
Canadá	53.684.448	22.950	49.715.501	
Chad			21.840	
China	1.493.269		9.271.919	
Colombia	605.824		513.148	
Congo (República)	22.434		14.676	
Corea del Sur	404.334		241.358	
Costa de Marfil	138.394	11.673	117.636	2.592
Costa Rica	1.610.295		1.168.344	
Curaçao	503.311		380.430	
Djibouti			11.160	
El Salvador	217.101		105.420	
Emiratos Árabes Unid	12.745.447	300	9.985.016	100
Estados Unidos	332.481		922.250	
Gabón	388.576		66.066	4.738
Georgia	42.042			
Ghana	142.890		44.969	
Gibraltar	345.991	12.244	319.899	10.802
Gran Bretaña	192.376.648	3.630		
Guatemala	202.043		168.840	
Guinea	44.273	4.902	1.981	1.439
Guinea Ecuatorial	388.180	38.563	384.531	66.976
Honduras	180.205		110.232	
Hong-Kong	89.010		134.619	
India	250.022		1.086	
Islandia	540.440		448.440	
Jordania	118.738		43.606	22.680
Kazajistán	79.630		139.683	
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	21.483	77.173	19.282
Marruecos	389	87	364	120
Mauricio			23.625	
Mauritania	54.866	1.469	5.022	3.625
Moldavia	1.212.432	23.807	1.773.816	5.207
Montenegro			40.652	
Nigeria	74.370		91.578	
Noruega	41.605.721		37.924.382	19.908
Omán	1.714.821		1.167.811	
Panamá	1.838.699		1.003.399	
Perú	22.080			
Qatar	3.968.834		3.069.756	
Rep. Centroafricana	143.008	76.875	172.870	41.011
Rep. Demo. Congo			16.560	
Senegal	22.275		68.511	4.680
Serbia	2.900.338	160	4.496.770	2
Sierra Leona	10.777			
Singapur	374.767		355.189	
Sri Lanka			41.633	
Sudáfrica	2.287.125		2.993.879	
Suiza	58.548.020	158.049	66.063.617	210.713
Togo			3.332	
Ucrania	3.834.462		3.478.741	
Uruguay	342.938		267.423	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	3.564.995		39.553	
Satsuma	2.442.321	19	1.769.097	9
Clementina	62.294.346	20.147	43.898.539	4.788
Clementina hoja	8.242.383		5.031.415	
Clemenvilla	4.675.443		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	34.334.350	21.693	8.430.877	5.466
Uso industrial	118.154			
Nadorcott	27.427.401	36.340	8.484.640	80
TOTAL MANDARINAS	154.107.534	78.209	77.822.167	10.343
Navelina	60.731.667	19.566	39.568.585	4.915
Navel	15.575.218	16	6.077.178	5.978
Navel Late	3.446.800	257	1.806.088	39.460
Lane Late	66.890.641		52.039.676	
Salustiana	15.079.572		10.397.884	
Cadenera	597.769		166	
Sanguina	89.437		18.444	
Sanguinelli	1.030.239		493.725	
Valencia Late	10.207.740	109.709	6.610.577	37.190
Verna	70.723	38	6.805	39
Otras	12.839.841	43.421	2.464.373	80.324
Uso industrial	493.483		922.455	
Navel Powel	11.662.830	4.194	8.744.200	
Barberina	3.321.296	47	237.706	3.513
TOTAL NARANJAS	202.037.256	177.247	129.387.863	171.419
TOTAL LIMONES	77.175.484	107.967	30.795.946	286.644
TOTAL POMELOS	4.897.980	13.979	2.969.794	19.369



El precio medio de la sandía ha descendido esta campaña un 39% respecto al ejercicio anterior. / ARCHIVO

Almería cierra una mala campaña de sandía y melón

La activación de la demanda internacional no logra mejorar los precios en origen en la recta final

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de sandía almeriense bajo invernadero está llegando a su final con unas cotizaciones muy bajas. La producción comercializada hasta mediados de junio se aproxima al 85-90% del global de la temporada, y el volumen ofertado ha comenzado ya a descender bruscamente.

La ansiada subida de las temperaturas en Europa se produjo con el inicio del mes de junio. No obstante, Almería disponía de una elevada producción que se encontraba con la fuerte competencia de la sandía marroquí, con las producciones de Italia y Grecia y con gran cantidad de frutas de hueso que provocaban la diversificación de las compras de la gran distribución europea.

Por ello, el informe de seguimiento del sector hortícola protegido, publicado por el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, señala que el incremento de la demanda europea no se ha reflejado en un repunte de los precios liquidados al agricultor, sino en una estabilización de las cotizaciones en origen. El valor de la sandía rayada a mediados de junio se situó en 0,20 euros/kg, la sandía mini en 0,15 euros/kg y la sandía negra sin semillas en 0,24 euros/kg.

Almería ha tenido que dar salida en el mes de junio a importantes volúmenes de sandía que tenía en stock, debido a la falta de demanda en semanas de alta producción y, al propio volumen recolectado en una de las etapas más productivas de la campaña.

La demanda del mercado nacional ha crecido en este periodo, a pesar de las precipitaciones caídas en parte de la península, gracias a las elevadas temperaturas.

La sandía negra sin semillas, destinada al mercado nacional, registró una semana más la cotización más elevada de los tipos analizados. A pesar de ello, su precio es un 42% inferior a las mismas fechas de la pasada campaña. Las sandías

La campaña de sandía almeriense bajo invernadero está llegando a su final con unas cotizaciones muy bajas

El balance provisional de la temporada de melón arroja un resultado desigual en función del tipo analizado

mini y rayada registraron precios de liquidación al agricultor un 43% inferiores a los del ejercicio precedente.

El balance provisional de la campaña indica un precio medio acumulado de sandía hasta la semana 23 (del 7 al 13 de junio) próximo a 0,30 euros/kg, un 39% por debajo de la campaña 2019/20 y similar al periodo 2018/19.

La campaña de sandía al aire libre ha dado sus primeros pasos en el levante de la provincia de Almería. Y ya se han iniciado las recolecciones en la Región de Murcia, Comunitat Valenciana y en otras provincias andaluzas.

■ MELÓN

La campaña de melón cultivado en invernadero también entra en la recta final de la campaña. La producción comercializada en Almería ha superado el 80% del total. La oferta de melón al aire libre en Murcia se incrementará notablemente en la segunda quincena de junio, disponiendo de cantidades suficientes para suministrar a las cadenas de distribución europeas.

El balance provisional de la temporada de melón arroja un resultado desigual en función del tipo analizado. Según el informe de la Junta de Andalucía,

el precio medio acumulado hasta la semana 23, según fuentes del sector, se aproximaría a 0,40 euros/kg, un 29% por debajo de la pasada campaña y aproximadamente un 17% inferior al registrado en la temporada 2018/19.

El melón Galia ha encontrado a lo largo de la campaña, como es habitual en los últimos años, una fuerte presión del melón marroquí, cuya producción tiene muy buena aceptación en los mercados internacionales. No obstante, en estas fechas la producción norteafricana es muy reducida, circunstancia que, unida a la limitada oferta de Almería, ha ocasionado una recuperación de los precios en origen de este tipo comercial. A mediados de junio cotizaba a 0,44 euros/kg.

El melón Amarillo es el que presenta el peor resultado esta campaña. En el periodo analizado continúa depreciándose, aunque con menor intensidad que en semanas anteriores, y su valor se situó en 0,25 euros/kg. Aunque la demanda se ha activado en este periodo, la considerable producción de Almería durante toda la campaña prolonga el desequilibrio entre oferta y demanda, dificultando su comercialización.

El melón Cantaloup registra el mayor precio percibido por el productor a mediados de junio con 0,52 euros/kg. Sin embargo, el precio medio acumulado de este tipo, según fuentes del sector, se aproxima a 0,60 euros/kg, cifra inferior a las dos campañas precedentes. La campaña de comercialización de melón Cantaloup se encuentra prácticamente finalizada.

El melón Piel de Sapo registra en este periodo el precio medio más bajo de los tipos analizados con 0,20 euros/kg. La campaña de melón Piel de Sapo en Almería alcanzó en la semana 23 su máxima producción y su oferta ha comenzado a descender de forma contundente. La producción de Murcia entrará en competencia con Almería en la segunda quincena de junio.

PlantSeal®

PlantSeal® Shine-Free

Recubrimientos vegetales
con certificación ecológica

Y aptos para consumo vegano

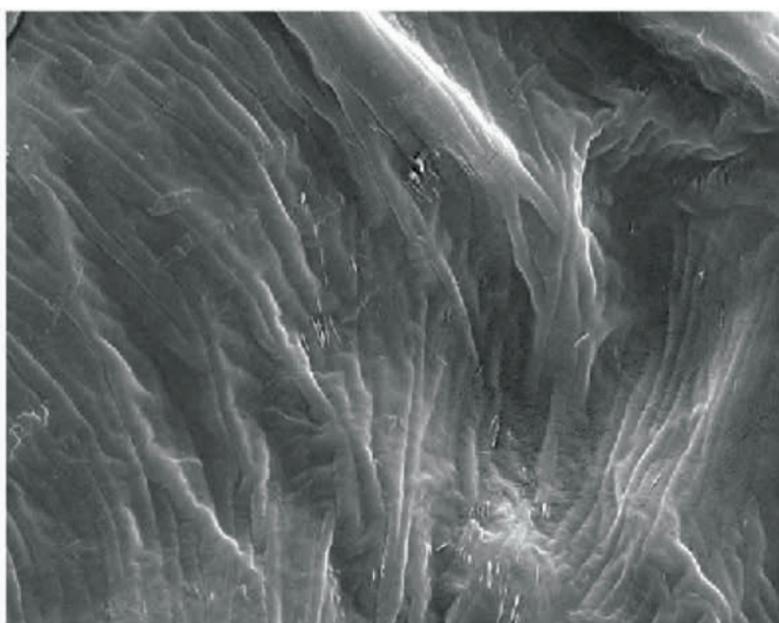


Imagen de Microscopia Electrónica de Barrido (SEM) de la micromorfología de las hojas de *Arabidopsis thaliana*, están cubiertas por una capa continua de cera epicuticular.

Son los únicos recubrimientos vegetales certificados para uso en agricultura ecológica.

Ambos otorgan un brillo natural a la fruta y en el caso de Plantseal *Shine-Free* el brillo es imperceptible, similar a una fruta NO encerada.

Incrementan la vida comercial de los frutos, ya que reducen las mermas por síntomas de envejecimiento como el teñido del mamelón en el limón y poseen un excelente control de la pérdida de peso.

Además, reducen los manchados por daño por frío ocasionados durante cuarentenas por frío o transportes frigoríficos prolongados.



BIOCARE 
by CITROSOL



@Citrosol_com



CITROSOL

CITROSOL 
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com
info@citrosol.com

El tomate almeriense pierde superficie y valor

El precio medio ha descendido esta campaña un 15% y el descenso en el valor de la producción se ha situado en un 8% según el balance realizado por Asaja-Almería

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El balance de la campaña hortícola de Asaja-Almería confirma la tendencia de los últimos años en relación al pimiento como líder de la producción hortícola en la provincia superando las 12.000 hectáreas. Una hortaliza que ha ido conquistando la posición que años atrás tenía el tomate, en claro retroceso y que este año pierde no solo superficie, un 7,5% menos, sino también valor. Junto al tomate, judía, melón y sandía son los productos que mayor valor de producción han perdido en esta última temporada, a diferencia del comportamiento del resto de productos. En conjunto, el valor de la producción en la provincia de Almería sube un 5,6%.

Desde la organización agraria señalan que preocupa de forma especial la situación del tomate, por la pérdida de superficie y producción, que ha hecho además que este año tenga un precio medio un 15% por debajo del registrado en el ejercicio anterior y por un nuevo descenso en el valor de la producción que se ha situado en un 8%.

El ejercicio agrario ha estado marcado por las grandes diferencias e inestabilidad en las cotizaciones. Por un lado se registraron buenos resultados en la campaña temprana para la práctica totalidad de los productos; y en el lado opuesto, el resultado de la primavera ha estado marcado por la crisis de precios en cultivos como el calabacín, fundamentalmente, y melón y sandía, aún por acabar pero que ya dejan unas pérdidas que podrían superar los 75 millones de euros.

Atendiendo a la superficie este año ha subido ligeramente hasta situarse en unas 32.320 hectáreas (+1,2%). La superficie de pimiento ha aumentado un 5% y se afianza como líder en la provincia en detrimento del tomate, que mantiene su tendencia a la baja con un descenso del 7,5% (8.554 ha). El resto de productos experimentan subidas en superficie de alrededor del 2% excepto la judía que ha caído de forma acusada un 25%.

Asaja-Almería indica que, en líneas generales, el precio medio se queda prácticamente "congelado" y se sitúa en unos 46 céntimos, al igual que en la temporada pasada, pero este importe está por debajo del precio de hace tres campañas. Si a esto le sumamos que los costes de producción se han incrementado en estos tres últimos ejercicios alrededor del 25%, la sostenibilidad económica de las explotaciones es cada día más difícil.

Esta situación es preocupante por la frecuencia con la que se vienen produciendo las crisis en las cotizaciones en origen. En Asaja-Almería indican que este año ha habido dos puntos negros. En primer lugar noviembre, que es un mes que se viene manifestando en los últimos años como "complicado" coincidiendo justo en el inicio de la campaña de



El tomate sigue perdiendo terreno en los invernaderos almerienses. / ARCHIVO

Campaña estable para el pimiento

Para el pimiento, nuevo líder de la producción en Almería, y cuya superficie y producción se ha incrementado un 5%, la campaña ha sido bastante estable en lo que respecta a los precios, y especialmente si lo comparamos con la volatilidad y la inestabilidad que han presentado el resto de productos. De hecho, el valor medio de la temporada se ha incrementado alrededor del 20% (0,84 euros/kg). Entre los tipos que mejor

se han comportado encontramos el California Rojo que es el que mejores precios ha registrado. En el lado opuesto, se sitúa tipo Italiano, cuyo precio medio ha caído un 3%.

Para Asaja-Almería, "la incógnita de este producto está en saber cuánta producción más será capaz de absorber el mercado, pues hemos de tener en cuenta también que nos encontramos con grandes competidores como Turquía o Marruecos". ■

invierno (tradicionalmente el punto fuerte de Almería) y "en la que tenemos mayor cuota de mercado en algunos productos". Esta situación resulta paradójica observando los precios por ejemplo de la berenjena o el pepino en ese mes, con una media de 34 y 27 céntimos respectivamente. Y por otro lado, la campaña de primavera ha sido totalmente diferente a la pasada cuando los precios inusualmente buenos ayudaron a los agricultores a superar las pérdidas del invierno. En cambio, este año el sector ha vuelto a la dura realidad de sus últimas temporadas con precios malos para el productor, que ha sido especialmente complicado para el calabacín, con una media en primavera de apenas 27 céntimos, y ya posteriormente para melón y sandía, aún por cerrar.

En definitiva, y tras estos resultados, Asaja-Almería incide en la importancia de la planificación ordenada de la cosecha para poder ir ajustando la oferta a la demanda existente y evitar estas caídas de precios que ocurren frecuentemente. Además, es evidente que el sector necesita mecanismos eficaces y ágiles en gestión de crisis de mercado para dar una solución justa para todos los eslabones de la cadena y estable para los mercados.

TOMATE

A pesar de la reducción de la superficie y el volumen de producción, el precio medio global de la campaña ha descendido

La campaña 2021 de melón y sandía, ya en su recta final, deja unas pérdidas en Almería que podrían superar los 75 millones de euros

alrededor de un 15%. La media del invierno, el momento fuerte de la campaña en este producto, apenas llegó a los 55 céntimos, un 19% menos en comparación con el pasado ejercicio. El momento más crítico se registró en febrero con un valor de apenas 35 céntimos. Por variedades, el tomate tipo pera es el que peor cotizó durante el invierno, y el precio del rama fue un 20% inferior al del año pasado y un 10% menor a la media de los últimos 9 años.

En cambio, el valor del tomate ha mejorado en primavera fundamentalmente debido a la reducción de plantaciones debido a las heladas, y al cambio de cultivo en detrimento del calabacín o la sandía.

CALABACÍN

El calabacín es uno de los productos que esta campaña ha tenido un mayor crecimiento productivo hasta alcanzar las 696.490 toneladas (+45,5%) y ha mostrado una importante inestabilidad en las cotizaciones, aunque el precio total de toda la campaña se incrementa un 3% respecto al año anterior.

No obstante, la temporada ha sido especialmente dura para los que han optado por el calabacín de primavera, que han tenido

los peores precios de los últimos 9 años, un 26% por debajo de la media y un 42% inferiores a los de la pasada campaña. De hecho, la media de la primavera (marzo-mayo) para el calabacín ha sido de apenas 28 céntimos/kg, cuando la media habitual en esta época es de 34 céntimos.

Este producto ha tenido además otro momento clave que ha sido la entrada de la campaña de invierno, con unos precios durante noviembre y diciembre inferiores a los de la anterior cosecha en un 22%, y un 17% por debajo de la media de los últimos 8 años. Según Asaja-Almería, "el incremento de la superficie, y por lo tanto de la producción de este cultivo para momentos como el invierno, con temperaturas cálidas, y la mayor producción para primavera, estaría contribuyendo, junto a la competencia de otros países, a esta inestabilidad y malos resultados".

PEPINO

El pepino ha tenido una campaña complicada, y en la que ha tenido mucha influencia el momento de producción. Si bien el inicio de la temporada arrancó con cotizaciones un 50% por encima de las registradas durante el ejercicio anterior, sin embargo, con

el desplazamiento del grueso de la cosecha al mes de noviembre, junto con otros factores, motivó la caída estrepitosa del pepino tipo Almería. En el caso de la primavera, el valor ha estado un 1% por debajo de la campaña anterior; y en la recta final apenas ha cotizado a una media de 20 céntimos/kg, un 13% por debajo de lo habitual. Al final, el precio medio se ha situado en unos 47 céntimos (+14%) motivando la subida también del valor de la producción en un 16%.

BERENJENA

El precio medio de la berenjena se ha incrementado un 17% y se ha situado en 57 céntimos/kg. No obstante, esta hortaliza ha registrado bastante inestabilidad en las cotizaciones. La entrada de un mayor número de hectáreas en producción en el invierno, concretamente noviembre, provocó un descenso de precios quedando la media en apenas 33 céntimos, lo que supone el 50% por debajo de la media habitual de este producto en este mes. Afortunadamente la regulación de la producción con la bajada de temperaturas incrementó las cotizaciones y la media durante el invierno fue un 13% superior a la de la campaña anterior, pero se sitúa un 19% por debajo de la media de los últimos inviernos.

"Podríamos decir que se estrecha el cerco también en berenjena, ya que esta campaña justo en el momento en el que la provincia tiene el 90% del mercado, los precios, como hemos visto, han sido los peores de los últimos 9 años", confirma Asaja-Almería.

La primavera tampoco ha sido buena para la berenjena con un precio medio de 29 céntimos, un 27% por debajo de la anterior campaña y un 12% por debajo de lo habitual para este producto en este periodo, cuya media es de apenas 33 céntimos.

MELÓN

Esta campaña se ha incrementado un 4% la superficie, hasta llegar casi a unas 3.000 hectáreas, acompañado además de una subida en la producción de alrededor del 30%, aproximadamente unas 150.072 toneladas. Sin embargo los precios bajos que se han registrado han motivado que, a pesar del incremento productivo, el valor de la producción haya caído un 35% respecto a la temporada pasada.

Aunque al inicio se comenzó con valores aceptables aunque ligeramente por debajo de los precios de las últimas dos temporadas, conforme se entró en plena campaña, a mediados de mayo las cotizaciones cayeron por debajo de los 20 céntimos. El precio medio ha caído un 48% respecto al año pasado, siendo la media de 0,27 euros/kg. Especialmente mala en precios para especialidades como el melón Amarillo y el Galia.

SANDÍA

La superficie de sandía total supera las 10.700 hectáreas. En la actual campaña se ha incrementado un 1%, sin embargo se ha producido un importante crecimiento de la producción total en un 10%, rondando las 540.000 toneladas. Al igual que con el melón, la sandía ha visto reducir su precio medio un 42%, situándose en unos 0,21 euros/kg. Esto ha provocado además una caída en el valor de la producción de un 49%, quedándose en unos 113 millones de euros.



LO INTELIGENTE ES TENERLO TODO

**SMART
CITRUS**™
all in one by AgroFresh

SmartCitrus™ es un sistema de calidad único de soluciones y servicios AgTech para cítricos que abre la puerta a la nueva postcosecha de **AgroFresh**. Especialmente diseñado a tu medida para ayudar a mantener la frescura, reducir la pérdida de alimentos y cumplir con la seguridad alimentaria.



AgroFresh
We Grow Confidence™

Agrocultivos

La producción de fruta caerá esta campaña un 14% en Aragón

UAGA estima que se recolectarán unas 535.000 toneladas y solo se salva la cereza, mientras que se reduce la producción en el resto de variedades debido a las heladas, tormentas de granizo y menos hectáreas

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La producción de fruta será esta campaña en Aragón de unas 535.000 toneladas, un 14% menor de media a la del año pasado. Solo se salva la cereza y el motivo de la disminución del resto de variedades se debe a las heladas de marzo y a las últimas tormentas de granizo, pero también a la disminución de las hectáreas dedicadas al cultivo. Estas son las estimaciones de la Unión de Agricultores y Ganaderos de Aragón (UAGA) que hizo públicas el pasado viernes.

El responsable de fruta de dicha organización agraria, Óscar Moret, señaló que la pasada campaña la producción ya fue "corta" en kilos recogidos, y este año "lo será aún más". La culpa la tiene una climatología adversa y continuamente alterada (las heladas de mediados de marzo o las fuertes tormentas de los últimos días) que ha provocado que la producción caiga un 14% este año, con una previsión de recolectar 535.509 toneladas frente a las 625.129 de 2020.

Aragón destina más de 37.500 hectáreas a la producción de fruta dulce, principalmente en las comarcas de Bajo Cinca, La Litera, Calatayud, Valdejalón Aranda, Caspe-Bajo Aragón, Calanda y Matarranya, lo que supone un 2% menos que en 2017 por la retirada de superficie de manzana (14%), perales, (11%) y melocotón (8%) frente a un crecimiento del 11% de la cereza hasta las 1.119 hectáreas.

Las toneladas de fruta que se esperan en esta campaña se distribuyen de la siguiente manera: 35.000 de cereza, un 19% más; 263.000 de melocotón (-31%) y nectarina (-33%); 11.000 de albaricoque (-47%); 8.500 de ciruela (-7%); 68.000 de manzana (-4%) y 40.000 de pera (-15%).

■ POR VARIEDADES

En cereza (35.000 toneladas), cuando los productores del Bajo Cinca y de Caspe tenían todo preparado para iniciar la recogida de las primeras variedades tempranas, 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 rondan, según las zonas, entre un 40 y un 80%. En lo que respecta a la cereza de media estación y tardía se espera una buena cosecha.

En melocotón y nectarina (263.000 t) hay zonas productoras como Bajo Cinca, Calatayud y Valdejalón que ha sido muy afectadas por las heladas, más de un 50% de daño, al igual que



La cereza, de la que Aragón es la mayor productora de España, es muy apreciada en mercados europeos e Inglaterra. / ARCHIVO

por mal cuajado, así que habrá una reducción del 30% en cuanto a producción.

El albaricoque (11.000 t), las heladas en la provincia de Huesca y en Valdejalón reducen la cosecha cerca de un 50%, con respecto al año anterior. En ciruela (8.500 t) la reducción de cosecha es del 7%.

Tanto en manzana (70.000 t) como en pera (40.000 t), salvo en la Comarca de Calatayud en la que parece que el hielo ha provocado daños que merman la cosecha cerca de un 40%, en el resto de zonas productoras se espera, si todo sigue como hasta ahora, una buena cosecha. Por tanto, las producciones serán similares a las de 2020.

Moret indicó que este año se ha salvado la cereza por su localización en la zona de Caspe, donde se espera una producción "aceptable" por la floración tardía, y en la zona de Jiloca y Calatayud.

Añadió que la cereza, de la que Aragón es la mayor productora de España, es muy apreciada en mercados europeos e Inglaterra, lo que ayuda a que la fruta entre antes en el circuito comercial, aunque este año, sin embargo, debido al aumento de producción, la lluvia y el menor calibre, ha influido en los precios.

Sin embargo, en el caso del melocotón, zonas productoras como Bajo Cinca, Calatayud y Valdejalón han sufrido pérdidas de más de un 50%, y en la zona de Calanda-Bajo Aragón destaca además el caso de la cooperativa de Mazaleón, que se ha visto afectada por la presencia de un virus que ha "dado al traste" con la totalidad de la producción. De las 180 hectáreas quizás se mantengan siete", ha señalado.

La climatología adversa, con heladas, granizo y fuertes tormentas, ha provocado que la producción caiga un 14% este año, con una previsión de cosecha de 535.509 toneladas frente a las 625.129 de 2020

Desde UAGA confían en que los precios sean buenos ya que este año al haber menos producción debería haber una mayor fluidez en el mercado, "aunque esto dependerá del consumo"



La fruta dulce de hueso es el sostén económico en muchas zonas de Aragón. / JO

Aunque en general el descenso de la producción de fruta será del 14 por cien, UAGA augura que al final de la campaña será aún mayor, dado que al agricultor que solo se le haya salvado el 5 por cien "no le va a compensar recogerla", con la consiguiente pérdida de cuota en los mercados europeos y a debido a los problemas de aduanas que ha generado el 'brexit'.

■ SEGUROS, PRECIOS Y REIVINDICACIONES

Debido a las deficientes coberturas de los seguros, los elevados costes de contratación y los elevados mínimos indemnizables, la citada organización agraria ha anunciado que va a trabajar, también con la Consejería de Agricultura, para buscar una solución para quienes han sufrido pérdidas de entre el 70-80% de la cosecha.

Según el secretario general de UAGA, José María Alcubierre, Agroseguro "mira más a su cuenta de resultados que a los objetos por los que fue creado" y es por lo que además de mejorar el sistema de seguros, la organización agraria reclama que la partida presupuestaria para la subvención a los seguros agrarios, tanto del Ministerio como del Gobierno de Aragón, sea más alta y constante.

En cuanto a la contratación de mano de obra, que la organización no ha cuantificado, Moret señaló se va a ver influida por el descenso de la producción. Algunas estimaciones hablan de que se necesitará un 30% menos de temporeros.

UAGA espera que los precios "sean buenos, ya que este año al haber menos producción debería haber una mayor fluidez en el mercado, aunque esto dependerá del consumo". No obstante, les preocupa que haya una buena fluidez en la exportación de los productos, "ya que todo lo que se produce no puede ser absorbido con el mercado interno".

Respecto a las reivindicaciones del sector, cuando se está negociando la nueva Política Agraria Común (PAC), UAGA reclama que se eliminen los derechos históricos con el fin de favorecer el relevo generacional y mantener el tejido rural con agricultores. Considera necesario mantener el sector de las frutas y hortalizas como prioritario entre las actuaciones fijadas por el Plan de Controles de la Agencia de Información y Control Alimentario.

Cree que el sector de la fruta dulce de hueso es crucial para el mantenimiento de la población en amplias comarcas del territorio español, en Aragón en 2020 superó los 407 millones de euros lo que supone el 10,8% de la producción final agraria, el tercero por detrás del porcino (43,3%) y del cereal (15,3%).

Añade que es el sostén económico en muchas zonas de Aragón, pero ve como "hay fruticultores que están dejando sus explotaciones porque no las pueden seguir manteniendo". Por este motivo, desde UAGA trabajan para que los productores de fruta "sigan manteniendo sus explotaciones y puedan vivir de su trabajo".

Igualmente, insta a las comarcas de Valdejalón, Cariñena y Calatayud a poner en marcha, otra vez, las estufas antigranizo para evitar o minimizar los riesgos de las posibles tormentas durante la campaña de fruta.

Balance negativo de la campaña de fruta de hueso

COMUNITAT VALENCIANA / El importante descenso de cosecha lastra los ingresos percibidos por los productores

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Unió de L'auradors informa que la campaña de fruta de hueso, ya muy avanzada o a punto de concluir según producciones, será negativa en el territorio valenciano con precios como mucho ligeramente superiores o inferiores a los del pasado año dependiendo de la producción, pese a tener una importante merma de cosecha. En resumen, para el productor significará pocos kilos y descenso de ingresos.

Las primeras estimaciones apuntan a una reducción de producción en la Comunitat Valenciana del 20% en relación al pasado ejercicio y de casi el 40% sobre la media de los últimos cinco años. La caída se da también en el resto de zonas productoras españolas y en las del resto de la UE. El mayor descenso se produce en nectarinas, melocotones y albaricoques, con una disminución media generalizada del 35%, mientras que en ciruelas y paraguayos, se espera un incremento medio del 9%.

Según La Unió, los precios serán parecidos o incluso inferiores a los registrados la pasada campaña y no compensarán el gran descenso de cosecha. "La demanda, pese a haber una producción inferior, no ha sido la deseada. Ni los mercados habituales europeos, ni los nacionales, han tirado del consumo y los ingresos serán inferiores a los de la pasada campaña. Por el contrario, los precios en supermercados y grandes superficies oscilan sobre los 3 euros/kg por ejemplo en albaricoque, del cual el agricultor percibirá en el mejor de los casos una cantidad de 0,60 euros/kg, cifra por debajo del coste de producción".

La campaña de fruta de hueso llegó marcada por las condiciones climatológicas adversas de abril con heladas y problemas de floración y cuajado en ciertas variedades, sobre todo de albaricoque, lo que provocó que se iniciara con un retraso medio de unos 10 días.

La superficie de fruta de hueso representa en la Comunitat Valenciana ya solo el 9% de la superficie total del territorio español, perdiendo representatividad desde el año 2002 cuando era del 16%. En todos estos años, mientras en España ha desaparecido el 2% de tierras de cultivo de fruta de hueso, en la Comunitat Valenciana ha sido del 41%. "Y si hablamos en términos de producción es del 3%, lo que provoca que nuestra capacidad de influencia en la fijación de los precios sea inexistente", afirman en La Unió.

Además, el incremento de costes, que no se refleja en un incremento del precio final, trae como consecuencia que el cultivo de fruta de hueso sea año tras año más inviable para los productores valencianos.

La Unió alerta en este sentido de la falta de apoyo y demanda que los sectores en crisis

como este dispongan de planes de reconversión que establezcan ayudas financiadas por la administración con el objetivo de reposicionarse en el mercado (nuevos cultivos o nuevas variedades y temporalidad).

También pide una ayuda para el arranque de 2.000 hectáreas de ciruelos en España para adecuar la oferta a la demanda.

La organización anima a los consumidores a apostar por un consumo de proximidad y tem-



La campaña presenta mermas de cosecha. / LA UNIÓN

porada como actitud de apoyo a los fruticultores. Y reclama a las empresas que defiendan unos precios acordes con la situación de la oferta y que permitan compensar la pérdida de producción que ha padecido el productor a causa de los daños climatológicos de este año. Asimismo, insta a la Conselleria de Agricultura de la Generalitat Valenciana a realizar un seguimiento meticuloso de las pérdidas padecidas con el objetivo de contribuir a una fiscalidad justa y que tenga presente las pérdidas padecidas de cara a la tributación del IRPF 2021.



fruit attraction

FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

LIVE Connect
CONNECT - KNOWLEDGE - EMPOWER - 365D

En coincidencia con



Apoyando el



Escanea y descubre todas las novedades de Fruit Attraction



RETAIL EDITION
Reconnecting the World Fresh
ProduceCommunity

05-07
Oct
2021

Recinto Ferial
ifema.es



OPINIÓN

¡Déjenos competir en el mercado de la UE en igualdad de condiciones!



Por INMACULADA SANFELIU (*)

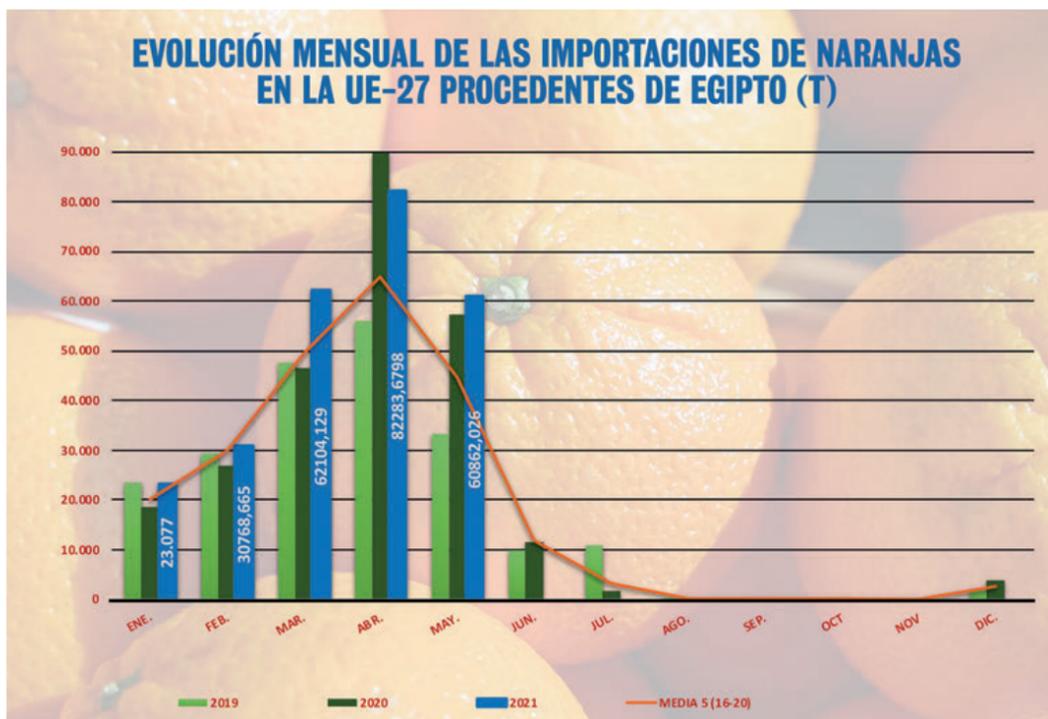
El volumen de exportación de cítricos de España acumulado a 30 de abril (el último disponible y de reciente publicación) ha sido el mismo que en la pasada campaña en esa misma fecha, 3,2 millones de toneladas, de las cuales 2,7 millones se han destinado a la UE-26 y 500.000 a países terceros (de las cuales 260.000 Tm a Reino Unido). O lo que es lo mismo, 3 millones de Tm a la UE-26+Reino Unido y 234.000 Tm a países terceros, excepto Reino Unido.

Como mínimo, sorprendente. El Aforo (previsión) Nacional de cítricos estimado en 6,93 millones de toneladas de producción total para la campaña 2020/2021, según la estimación realizada con información suministrada por las comunidades autónomas, y hecho público el 15 de septiembre de 2020, fue un 12% superior al balance de la cosecha pasada, que fue muy corta, y un 5% por encima de la media de las 5 últimas campañas. Respecto de la media de los 5 últimos años, se esperaban descensos en producción del 1% para naranja y del 3% para pomelo y ascensos del 12% para pequeños cítricos y 9% para limón.

■ LOS AFOROS

Los números son tozudos y siempre nos llevan al sitio. Y las presentaciones públicas “a bombo y platillo” por parte de las autoridades agrarias ante toda la comunidad citrícola al inicio de la campaña, en ocasiones realizadas de forma muy detallada —por especies, variedades y provincias—, se realizan con el fin de obtener rédito político del trabajo técnico realizado, pero desde luego no sirven para el socorrido argumento esgrimido de “facilitar al máximo la toma de posiciones comerciales”.

Medir la realidad productiva en un determinado momento, aun cuando se hiciera correctamente por todas las comunidades autónomas, dista mucho de medir la “fruta comercializable” en cada momento a lo largo de una campaña comercial de nueve meses, más aún si además se desciende a nivel provincial y a datos de variedades. Y prueba de ello es lo que ha sucedido esta campaña. Con una previsión inicial de un 12% más (728.000 Tm más) de producción de cítricos respecto a la campaña anterior, se ha exportado lo mismo a 30 de abril, un total de 3,2 millones de toneladas. En el caso de mandarinas, con una



estimación inicial 2020/2021 de un 28,1% más que en la 2019/2020, se ha exportado tan solo un 10,8% más (14% más si descendemos a clementinas); y en naranjas, con una previsión inicial un 3,6% mayor que la campaña pasada se ha exportado un 8,6% menos a 30 de abril, y en limones con un 9% más de producción se ha exportado un 5,2% menos.

Es un hecho objetivo y probado que la tendencia de incremento/reducción de la exportación no suele reflejar el mismo porcentaje de variación que la producción, además de que, por lo general, una reducción de cosecha suele ir acompañada de un mejor aprovechamiento de la fruta para su comercialización en fresco.

Aun cuando los aforos se elaborasen de un modo riguroso, los factores que determinan la fruta “comercial” y el volumen exportado (y comercializado en fresco) no van a depender únicamente de la magnitud y de la tendencia del aforo respecto de la campaña anterior. Otro hecho objetivo y probado.

Pero..., ¿qué ha sucedido esta campaña? ¿por qué la gran distribución europea no se ha provisionado (y no se está provisionando) de cítricos españoles, y particularmente de naranjas, en la medida que cabría esperar de acuerdo con nuestros volúmenes de producción, nuestra seguridad alimentaria, nuestro servicio y la frescura de nuestros agrios consecuencia de nuestra renta de situación geográfica?

Los aforos no sirven para el socorrido argumento esgrimido de “facilitar al máximo la toma de posiciones comerciales”. Aunque se elaborasen de un modo riguroso, los factores que determinan la fruta “comercial” y el volumen exportado (y comercializado en fresco) no van a depender únicamente de la magnitud y de la tendencia del aforo respecto de la campaña anterior

La UE superó en mayo el récord de importación de naranjas de Egipto. Esta campaña, con precios para sus Valencias de venta ya en Europa similares a los nuestros en campo, se ha hecho muy difícil comercializar nuestras naranjas por encima del umbral de venta a pérdidas

■ LOS PRECIOS SE MARCAN EN DESTINO

Los mercados que marcan los precios en la cadena de oferta de los cítricos españoles (y del resto de productos hortofrutícolas) son los de destino —los precios determinados e impuestos por la gran distribución europea a sus proveedores— y no los de origen —compraventa entre agricultores y primeros compradores— y, por lo tanto, el papel que juega el aforo en beneficio de citricultores, comercios privados y comercios asociados es nulo y cada vez lo será más, si cabe.

Dado el poder creciente de la distribución en la formación de los precios, la pérdida de la preferencia comunitaria, la cesión de la agricultura en

beneficio de otros sectores económicos en las negociaciones comerciales y la globalización de los mercados citrícolas, lo que verdaderamente ha jugado (está jugando) un papel determinante en esta campaña es la presencia de elevados volúmenes de cítricos de la competencia mediterránea a bajos precios.

■ LA DURA COMPETENCIA DE EGIPTO

El desarrollo de la campaña española de naranja ha estado condicionado absolutamente por la dura competencia de la naranja de Egipto desde el mes de febrero, especialmente en aquellos mercados que no aprecian tanto la calidad o en los que el factor de decisión es

el precio. La Valencia de Egipto ofertada entre 45 y 50 céntimos de euros en los mercados de la UE ha hecho muy difícil la venta de nuestras naranjas por encima de 1 euro el kilo, umbral aproximado de venta a pérdidas esta campaña, con precios de compra en campo similares a los precios de venta de Egipto en los mercados comunitarios.

Y no solo ha sido (está siendo) una cuestión de bajo precio, sino también de muy elevado volumen.

En 2020 se registró el récord de importación en la UE-27 de naranjas de Egipto, 256.289 Tm, frente a las 255.733 Tm importadas en 2018 y las 212.817 Tm de importación en 2019. Hasta el 31 de mayo de 2021 ya se han importado en la UE-27 259.096 Tm, superándose el acumulado en la misma fecha del año anterior en 20.000 Tm y batiendo ya el hasta ahora récord total anual de 256.289 Tm de 2020.

En la campaña 2019/2020 se registró el récord de importación de naranjas de Egipto en la UE-27 a 31 de mayo, 241.294 Tm, frente a las 237.858 Tm importadas en 2017/2018 y las 193.105 Tm de importación en 2018/2019. Hasta el 31 de mayo de 2021 ya se han importado 262.873 Tm en la presente campaña 2020/2021, superándose el récord del acumulado de la campaña anterior en 21.600 Tm a falta de los datos del mes de junio.

Estos volúmenes de importación en 2021 representan ya a 31 de mayo un incremento del 8,3% respecto al acumulado anual a la misma fecha en 2020 y del 23,9% respecto al acumulado anual medio de los 5 últimos años.

Estos volúmenes de importación en la campaña 2020/2021 representan ya a 31 de mayo un incremento del 8,9% respecto al acumulado a la misma fecha en la campaña 2019/2020 y del 24,2% respecto al acumulado medio de las 5 últimas campañas (2015/16 a 2019/20).

En los meses de marzo, abril y mayo de 2021 se han importado respectivamente 62.104 Tm, 82.284 Tm y 60.862 Tm de naranjas originarias de Egipto, lo que ha significado un incremento de un 25,5%, 26,8% y 36,1% respecto a las medias de esos mismos meses en los 5 últimos años.

■ CRECIMIENTO DEL 25% Y SIN ARANCEL

Egipto, con estacionalidad coincidente con la nuestra y con una relación privilegiada con la UE por razones de carácter básicamente geopolítico, que en materia de importaciones citrícolas comportan unas 300.000-330.000 Tm de naranjas importadas de Egipto (UE-27 + Reino Unido), fundamentalmente Valencias, a derecho arancelario cero. Esos volúmenes de importación de naranja de Egipto, con crecimientos del orden del 25% en 5 años, se importan en la UE en el marco de contingentes a dere-

LA ACTUALIDAD DE LA CAMPAÑA VISTA POR



Los comercios podrán recibir listados de las cosechas disponibles esta temporada

► JUAN JOSÉ BAS. (*)

Todas las temporadas, en naranjasyfrutas.com incorporamos alguna novedad para beneficiar el encuentro entre los agricultores que quieren vender una cosecha y los comercios mayoristas que están buscando cosechas para comprar.

Por este motivo hemos hablado con los comercios y hemos acordado realizar unos listados actualizados de las primeras variedades de cítricos junto con los datos de los propietarios para poder enviárselos a los comercios mayoristas que los soliciten. Para que estos listados estén lo más actualizados posible, antes del inicio de la campaña de cítricos 2021-2022 vamos a contactar primero con todos los agricultores registrados en Naranjasyfrutas.com y que tienen variedades tempranas como Clemenrubi, Marisol, Oronules,

Navelina, etc. para que actualicen los datos de sus cosechas y enviarlo así a los comercios.

Por otra parte, los agricultores que no estén aún registrados y quieran anunciar su cosecha de forma gratuita, solamente tienen que entrar en www.naranjasyfrutas.com y pinchar en la pestaña "Publica tu cosecha gratis." Aquí se incluye información de la variedad, los kilos, población fecha orientativa de recolección, etc.

La idea es crear listados actualizados con las variedades de media estación y tardías, y enviar estos listados a los comercios con el objetivo de facilitarles a que encuentren fácilmente las cosechas que quieren comprar junto con los datos de sus propietarios.

Desde Naranjasyfrutas.com estamos ofreciendo estos servicios de forma gratuita tanto para el agricultor



Listados de cosechas para comercios.

que quiere registrar los datos de su cosecha como para los comercios que quieren buscar cosechas disponibles.

Actualmente el comercio que busca cosechas disponibles solo tiene que entrar en www.naranjasyfrutas.com y directamente seleccionar la variedad para poder ver todos los agricultores con dicha variedad disponible junto con sus datos de contacto. Además, el comercio también dispone de un nuevo sistema mediante el cual puede recibir todos los lunes un resumen de las últimas cosechas publicadas. Este servicio es gratuito y para ello, el comercio solamente debe registrarse en la web y seleccionar las variedades en las que está interesado en el apartado "Avísame de nuevas cosechas".

(*) Gerente de Naranjasyfrutas.com

cho arancelario nulo, que, además de ir incrementándose con las sucesivas renovaciones de los Acuerdos, ya se calcularon en sus orígenes a niveles tales que exceden las exportaciones de los países mediterráneos a la UE. En suma, las importaciones de cítricos de la Cuenca Mediterránea ni se ven gravadas por derechos ad valorem, ni jamás han jugado los precios de entrada y nunca se ha conocido la aplicación de un equivalente arancelario en nuestro sector.

En suma, son numerosas las ocasiones en las que los precios de los cítricos en los mercados de la UE se sitúan por debajo de los costes de producción de la mayoría o incluso de la totalidad de los citricultores de España debido a las importaciones de cítricos extracomunitarios a precios muy bajos y/o a desequilibrios, de oferta y demanda por reducción de ventas de exportación y solapes de nuestras clementinas precoces con híbridos de mandarinas tardíos originarios de Sudáfrica, solapes de nuestras naranjas tardías con Valencias de Egipto y de Marruecos y de nuestras mandarinas tardías con las Nadorcott de Marruecos, las Orri de Israel y las Tango de Turquía, ...

■ AUMENTANDO SUPERFICIE

La posición de las naranjas de Egipto en el mercado europeo se fortalece paralelamente a la pérdida de competitividad de la naranja española. Con precios de la naranja egipcia de 0,45-0,50 euros/kg en cualquier puerto de la UE no deja margen alguno de competitividad a la naranja española para hacerse con los programas de la gran distribución. Egipto ha estado aumentando rápidamente su producción de cítricos en la última década y un empujón final del 10% en la asignación de superficie plantada para las naranjas el año pasado los impulsó notablemente en el mercado de exportación, con 1,8 millones de toneladas.

Producen y exportan muy mayoritariamente naranjas Valencia, seguidas de las Navel y, en menor medida Baladí (naranjas para zumo). Empiezan a desarrollar plantaciones de mandarinas híbridas tardías (Tango y Murcott). La campaña se desarrolla de enero a mayo.

Ocupan la tierra, perforan y el agua determina el establecimiento de nuevas plantaciones, a veces incluso sin pasar por el registro de la propiedad. De momento no pagan tampoco por el agua de riego. El salario de un peón se eleva a 5 euros/día y los costes de producción (sin mano de obra) oscilan entre 500 Euros/Ha para el sistema de producción tradicional en el Delta, sin pago de agua y con pago de energía, 1.000 Euros/Ha, del productor profesional del tipo cosechero/exportador y 1.500 Euros/Ha, coste de producción en el desierto, con perforación de pozos. El margen de crecimiento de la producción y exportación de cítricos egipcios es enorme. Las cantidades de producto y la calidad del producto son óptimas. Egipto se distingue cada vez más como el mayor proveedor de naranjas de bajo precio de la UE y por esa vía seguirá irremediablemente aumentando su cuota de mercado.

El agua es vital en Egipto para la producción y exportación de

El desarrollo de la campaña española de naranja ha estado condicionado absolutamente por la dura competencia de la naranja de Egipto desde el mes de febrero, especialmente en aquellos mercados que no aprecian tanto la calidad o en los que el factor de decisión es el precio

Egipto se distingue cada vez más como el mayor proveedor de naranjas de bajo precio de la Unión Europea y por esa vía seguirá irremediablemente aumentando su cuota de mercado

cítricos. El agua del Nilo juega un papel crucial, por lo que los egipcios esperan que el río continúe proporcionando suficiente agua después de que la nueva presa en Etiopía se haya puesto en marcha.

■ HOLANDA LAS ENVASA

Los cítricos egipcios se envían a granel a puertos holandeses y alemanes, donde se envasan en estaciones de empaquetado de los países de destino del norte de Europa, que aumentan su capacidad de envasado año tras año, envasándose los cítricos en los formatos elegidos por los clientes retailers holandeses, alemanes y de otros países del centro y norte de Europa.

Desde aquí emplazo a la clase política y altos funcionarios a que nos expliquen cómo debemos hacer frente a esta creciente pérdida de competitividad.

La liberalización del mercado de la UE ha provocado en el sector de los cítricos españoles una nueva realidad del mercado no atendida en el marco de los acuerdos, distorsiones y fallos de mercado, competencia desleal, diferencias normativas y asimetrías de competitividad de origen regulatorio motivadas por la ausencia de reciprocidad en "buenas prácticas" y en estándares en materias como medio ambiente y derechos humanos o laborales.

Se nos exigen los estándares de seguridad alimentaria

y de producción sociales y medioambientales más elevados del mundo, tenemos que producir de modo sostenible y respetar el coste "efectivo" de producción y, además, sus costes son mucho más bajos que los nuestros y, lógicamente, penalizarán cada vez más a los citricultores españoles pequeños que, por lógica economía de escala, los tienen más altos, lo que les llevará a no poder vender su producción en situaciones frecuentes de crisis de precios.

■ MÁS ACTORES A BAJO PRECIO

A punto de finalizar la campaña de exportación de Valencias de Egipto a la UE, y sin haber finalizado aún nuestra campaña exportadora de Navels Powells, mucho menos de Valencias, ya se anuncia la llegada de Navelinas de Perú a 0,60 euros/kg puestas en Holanda.

La exportación de cítricos españoles no pide tratos de favor, solo que a los que envían sus producciones a los mercados comunitarios se les exijan las mismas condiciones que a nosotros. Competencia es competencia. Libre comercio, pero con las mismas reglas de juego.

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

EXPORTACIONES DE NARANJA DE ESPAÑA A LA UE-27 (UE-26 + REINO UNIDO) E IMPORTACIONES DE NARANJA DE EGIPTO EN LA UE-28 (UE-27 + REINO UNIDO) EN TONELADAS

		SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	TOTAL
ESPAÑA	2015/2016	11.576	39.755	181.251	231.394	217.803	210.986	208.045	168.011	1.268.823
	2016/2017	9.972	44.120	168.703	212.467	213.349	193.049	215.361	167.750	1.224.772
	2017/2018	11.715	46.286	146.856	205.267	195.756	171.743	195.619	158.026	1.131.268
	2018/2019	48.087	23.962	133.570	210.222	212.206	194.696	196.121	172.299	1.191.163
	2019/2020	17.340	37.354	158.329	213.077	213.111	197.239	245.840	199.997	1.282.287
	2020/2021	12.128	58.064	156.940	210.135	203.859	187.193	184.499	152.351	1.165.169
EGIPTO	2015/2016	123	0	24	7.268	21.310	44.439	52.252	64.107	189.522
	2016/2017	72	183	99	6.461	31.278	39.544	69.660	72.886	220.183
	2017/2018	85	5	0	3.702	30.466	34.955	70.891	95.108	235.211
	2018/2019	0	0	0	5.986	31.566	39.587	58.877	68.601	204.617
	2019/2020	64	50	0	4.245	25.277	26.246	46.549	89.811	192.242
	2020/2021	50	25	0	3.693	29.948	39.018	73.084	98.687	244.505

Elaboración Comité de Gestión de Cítricos

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 17 de junio de 2021, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	1,50
Aguacate.....	3,50
Almendra.....	7,50
Pomelo.....	1,25
Avellana.....	8,25
Caqui.....	1,50
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	4,50
Cerezas.....	2,50
Cocos.....	0,50
Membrillo.....	1,00
Dátiles.....	4,00
Feijoa.....	4,00
Higo.....	2,25
Higos Chumbos.....	4,00
Frambuesa.....	0,60
Grosellas.....	0,80
Kiwis.....	2,60
Lichis.....	3,10
Lima.....	2,00
Limón.....	0,85
Fresa.....	3,00
Fresón.....	1,40
Granada.....	2,75
Mandarina Clementina.....	1,80
Satsuma.....	2,00
Otras.....	2,50
Mangos.....	3,40
Maracuyá.....	8,00
Melón Galia.....	0,95
Amarillo.....	0,85
Piel de Sapo.....	1,50
Otros.....	1,50
Moras.....	16,00
Nashi.....	0,75
Nectarina Blanca.....	1,40
Amarilla.....	1,20
Níspero.....	1,75
Nueces.....	3,50
Olivas.....	3,80
Papayas.....	3,25
Pera Blanquilla.....	1,10
Verano.....	1,80
Invierno.....	1,40
Temprana.....	0,75
Piña.....	0,90
Pitahaya.....	9,00
Plátanos	
Canario.....	1,40
Importación.....	0,65
Manzana Bicolor.....	2,00
Amarilla.....	1,00
Verde.....	1,45
Roja.....	1,30
Otras.....	1,30
Melocotón	
Amarillo.....	1,50
Rojo Pulpa Blanca.....	1,70
Rojo Pulpa Amarilla.....	1,10
Ciruela.....	1,40
Uva Blanca.....	3,80
Negra.....	1,80
Rambután.....	5,00
Sandía con semilla.....	0,40
Sin semilla.....	0,90
Naranja.....	0,85
Chirimoya.....	3,00
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	0,60
Redonda.....	2,25
Ajo Seco.....	2,35
Tierno.....	0,70
Apio.....	0,55
Acelgas.....	0,40
Batata.....	0,80
Borrajá.....	1,00
Brócoli.....	2,00
Brecol.....	1,20
Calçots.....	0,13

Calabaza.....	0,60
Calabacín.....	0,60
Cardo.....	0,70
Alcachofa.....	1,20
Cebolla Seca.....	0,28
Figueras.....	1,20
Tierna.....	0,50
Pepino.....	0,62
Col Repollo.....	0,40
Bruselas.....	0,90
Lombarda.....	0,35
China.....	0,70
Coliflor.....	0,70
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	1,00
Larga.....	0,40
Otras.....	0,40
Endibia.....	1,00
Escarola.....	0,70
Espárragos Blancos.....	10,00
Verdes.....	1,20
Espinaca.....	0,45
Haba.....	1,10
Hinojo.....	0,70
Perejil.....	0,30
Judía Bobi.....	2,75
Perona.....	3,00
Fina.....	1,40
Otras.....	1,60
Nabo.....	0,80
Zanahoria.....	0,50
Patata Blanca.....	0,35
Temprana.....	0,53
Roja.....	0,55
Pimiento Lamuyo.....	1,60
Verde.....	0,80
Rojo.....	1,40
Guisante.....	2,00
Puerro.....	1,15
Rábano.....	0,45
Remolacha.....	0,80
Tomate Maduro.....	0,80
Verde.....	1,00
Chirivía.....	1,00
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

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 7 al 13 de junio de 2021. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	3,29
Albaricoque.....	1,51
Almendras.....	7,70
Caqui / Pésimo.....	1,00
Cereza Picota.....	2,98
Ciruela.....	1,40
Chirimoya.....	2,85
Fresa / Fresón.....	1,99
Breva.....	3,46
Kiwi / Zespri.....	2,91
Lima.....	2,21
Limón.....	0,92
Mandarina Satsuma / Ckitsu	
Clausellina / Rufina / Chupi.....	1,75
Mango.....	2,01
Manzanas O.V. / Pink Lady.....	2,49
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,36
Starking / R. Chief /	
Gloster / Galaxia.....	1,34
Granny Smith.....	1,75
Royal Gala / Cardinale.....	1,59
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,86
Melocotón / Baby Gool.....	1,73
Melón / Galia / Coca.....	0,66
Mora.....	16,00
Naranja Navel.....	1,12

Navel Late / Nanelate / Lanelate.....	0,97
Valencia Late / Miaknight.....	0,75
Nectarina.....	1,43
Níspero / Nípola.....	2,30
Nuez.....	6,29
Papaya.....	2,10
Paraguayo.....	1,48
Pera Blanquilla o Agua.....	1,50
Ercolini / Etrusca.....	1,89
Conferencia / Decana.....	1,37
Castell o San Juan / Magallona.....	2,37
Piña.....	1,06
Plátano.....	1,17
Banana.....	0,83
Sandía.....	0,48
Uva.....	2,60
Otros Frutos Secos.....	12,04

HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	0,84
Ajo Seco.....	2,74
Tierno o Ajete.....	8,00
Alcachofa.....	1,02
Apio.....	1,06
Boniato/Batata.....	0,83
Berenjena.....	0,81
Brócoli / Brecol.....	1,24
Calabacín.....	0,67
Calabaza / Marrueco.....	0,74
Cebolla / Chalota.....	0,56
Cebolleta.....	0,81
Champiñón.....	1,83
Col Repollo.....	0,57
Lombarda.....	0,78
Coliflor / Romanescu.....	0,70
Escarola.....	1,40
Espárrago Verde.....	4,31
Espinaca.....	1,82
Guisante.....	1,20
Haba Verde.....	1,00
Judía Verde Fina (Brasileña).....	2,43
Boby / Kora / Striki.....	1,80
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,32
Lechuga O.V.....	0,69
Cogollo.....	1,70
Iceberg.....	0,80
Nabo.....	0,87
Pepino.....	0,61
Perejil.....	1,42
Pimiento Verde.....	0,74
Otras Setas.....	1,09
Puerro.....	1,42
Rábano / Rabanilla.....	1,60
Remolacha.....	1,40
Seta.....	2,54
Tomate O.V.....	0,91
Chery.....	1,58
Daniela.....	0,64
Zanahoria.....	0,69
Hierbabuena.....	2,05
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana.....	0,51
Añeja.....	0,39

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 15 al 18 de junio de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	1,60-2,00
Cerezas.....	2,75-2,60
Fresones.....	2,25-2,10
Melocotones Rojos.....	1,40-1,35
Melón	
Piel de Sapo.....	0,85
Naranja Valencia Late.....	0,90
Nectarinas.....	1,35-1,15
Nísperos.....	2,00
Pera Sanjuanera.....	3,00-2,20
Sandías.....	0,60
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas.....	0,85
Calabacines.....	0,60-0,55
Cebollas.....	0,38
Judías	
Verdes Perona.....	3,25-3,45

Lechugas.....	0,28
Patatas	
Primor.....	0,45
Pimientos	
Verdes.....	0,90
Tomate	
Maduro.....	0,70
Verde.....	1,00

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 14 al 18 de junio de 2021, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	2,95
Aguacate Fuerte.....	4,50
Hass.....	5,96
Albaricoque Otras Variedades.....	2,70
Moniqui.....	2,70
Almendra.....	1,50
Cereza Picota.....	4,31
Ciruela Otras Familia Black, Roja.....	1,49
Golden Japan y Songold.....	1,90
Coco Otras Variedades.....	0,95
Dátil Deglet Nour.....	2,35
Fresa.....	4,95
Fresón Otras Variedades.....	11,95
Granada Otras Variedades.....	2,70
Guayaba/o Otras Variedades.....	3,00
Higo Chumbo.....	1,15
Verdal.....	4,95
Kiwi Kiwigold.....	5,45
Pulpa Verde.....	4,20
Limón Fino o Primafori.....	0,95
Otras Variedades.....	0,95
Verna.....	0,95
Mandarina Clemenlate.....	2,35
Ortanique.....	2,35
Manga Kent.....	7,95
Mango Tommy Atkins.....	4,81
Manzanas Fuji.....	1,70
Golden.....	1,75
Otras Variedades.....	1,65
Royal Gala.....	1,60
Starking o Similares.....	1,55
Melocotón Meryll y Elegant Lady, Rojo.....	1,75
Baby Gold.....	1,75
Melón Piel de Sapo y Similares.....	0,96
Galia.....	1,95
Amarillo.....	1,05
Otras Variedades.....	1,90
Naranja Lane Late.....	0,95
Navel Late.....	0,95
Valencia Late.....	0,95
Navel.....	0,95
Otras Variedades.....	0,95
Nectarina Carne Blanca.....	1,95
Carne Amarilla.....	1,92
Níspero Algeria o Argelino.....	2,45
Nuez.....	4,95
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,52
Papayón (2-3 kg/ud).....	1,46
Paraguayo Otras Variedades.....	2,03
Pera Conferencia.....	1,15
Otras Variedades.....	1,25
Ercolini / Morettini.....	1,60
Piña Golden Sweet.....	4,30
Plátanos Canarias Primera.....	0,95
Canarias Segunda.....	0,76
Canarias Extra.....	1,17
Pomelo Rojo.....	1,60
Amarillo.....	1,60
Sandía Con Semilla.....	0,56
Sin Semilla.....	0,56
Uva Blanca, Otras Variedades.....	3,55
Negra, Otras Variedades.....	1,50
Red Globe, Roja.....	2,10
Italia o Ideal.....	1,95
Zapote.....	0,45
Resto de Frutas.....	0,95
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon.....	1,45
Ajo Morado.....	3,05
Blanco.....	3,15
Tierno o Ajete.....	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95

Apio Verde.....	1,80
Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada.....	0,78
Berros.....	1,45
Boniato o Batata.....	2,35
Brócoli, Brecol o Brócoli.....	1,32
Calabacín Blanco.....	0,72
Verde.....	2,45
Calabaza de Invierno.....	0,69
De Verano.....	0,75
Cebolla Grano Oro o Valenciana.....	0,73
Morada.....	1,22
Recas o Similares.....	1,45
Cebolletas o Cebolla Tierna.....	1,15
Col China o Pekinensis.....	0,95
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,69
Repollo Hojas Rizadas.....	0,30
Coliflor.....	0,94
Endivia.....	0,95
Escarolas Rizada o Frisée.....	1,02
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Espinacas.....	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Rojo.....	2,50
Guisante.....	2,95
Hinojo.....	2,45
Judía Verde Boby.....	1,56
Verde Elda.....	2,45
Verde Otras Variedades.....	2,41
Lechuga Otras Variedades.....	0,30
Romana.....	0,32
Maíz o Millo.....	0,57
Nabo.....	0,95
Pepino Corto o Tipo Español.....	0,55
Largo o Tipo Holandés.....	1,15
Perejil.....	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	1,30
Otras Variedades.....	1,22
Rojo Lamuyo.....	1,43
Verde Italiano.....	2,20
Verde Padrón.....	2,79
Puerro.....	2,30
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.....	1,19
Liso Rojo Canario.....	1,00
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	1,13
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.....	0,64
Blanca Spunta.....	0,99
Otras Variedades.....	0,70
Roja, Otras Variedades.....	0,90

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 15 al 18 de junio de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	1,60
Cerezas.....	3,00
Fresones.....	1,95
Melocotones Rojos.....	1,30
Melón Piel de Sapo.....	1,10
Naranja Valencia Late.....	0,70
Nectarinas.....	1,25
Nísperos.....	2,00
Pera Sanjuanera.....	3,50
Sandías.....	0,40
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas.....	0,90
Calabacines.....	0,85
Cebollas.....	0,25
Judías Verdes Perona.....	2,35
Lechugas.....	0,54
Patatas	
Calidad.....	0,36

MERCADOS NACIONALES

Primor	0,35
Pimientos Verdes	1,00
Tomates Verdes	1,15

Mercamurcia

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 14 de junio de 2021. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte	3,25
Hass	2,25
Otras Variedades	2,00
Albaricoque Galta Roja	1,40
Otras Variedades	1,00
Cereza Picota	2,65
Otras Variedades	1,40
Starking	2,25
Burlat	2,75
Ciruelas Red Beauty, Roja	0,80
Otras Variedades	1,30
Golden Japan y Songold	1,10
Santa Rosa	1,10
Coco en Seco (caja 10-14 p)	0,70
Dátil Deglet Nour	2,90
Medjool	5,00
Otras Variedades	2,15
Fresón Otras Variedades	3,80
Breva Colar	3,80
Kiwi Pulpa Verde	3,55
Otras Variedades	1,60
Otras Variedades Nacional	1,80
Lima Mejicana (Ácida)	1,75
Limón Verna	0,55
Mango Haden	1,80
Tommy Atkins	2,00
Otras Variedades	1,50
Manzanas Golden	1,10
Starking o similares	1,10
Granny Smith	1,35
Royal Gala	1,15
Fuji	1,10
Pink Lady	1,75
Otras Variedades	1,70
Melocotón Royal Glory, Rojo	0,80
Catherine, Amarillo	1,20
Otras Variedades	1,25
Melón Piel de Sapo (y similares)	0,70
Galia	0,65
Futuro	0,65
Naranja Valencia Late	0,65
Lanelate	0,80
Nectarina Otras Variedades	1,25
Níspero Otras Variedades	1,80
Nuez	4,00
Papaya Otras Variedades	2,10
Solo o Sunrise	1,70
Paraguay Otras Variedades	1,25
Pera Castells o San Juanera	1,40
Conferencia	1,15
Magallón	1,50
Piña Golden Sweet	0,90
Otras Variedades	0,75
Plátanos Canarias Extra	1,10
Canarias 1ª	0,90
Canarias 2ª	0,80
Americano o Banana	0,75
Macho	1,00
Pomelo Rojo	0,90
Otras Variedades	0,70
Sandía con Semilla	0,35
Sin Semilla	0,45
Uva Sin Semilla Blanca	3,25
Tamarindo	2,40
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas, Verde	0,50
Ajo Blanco	2,25
Tierno o Ajete	3,00
Morado	2,25
Otras Variedades	2,00
Alcachofa Blanca de Tudela	1,10
Otras Variedades	1,00
Apio Verde	0,45
Amarillento	0,55
Berenjena Morada	0,95
Otras Variedades	0,60
Boniato o Batata	1,00
Broccoli/Brecol	0,90
Calabacín Verde	0,55
Blanco	0,60
Calabaza De Verano	0,55
De Invierno	1,70
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	0,85
Chirivía	0,90
Col Repollo Hojas Rizadas	0,75

Lombarda o Repollo Rojo	0,50
Coliflor	0,90
Endivia	2,00
Escarola Rizada o Frisée	1,10
Lisa	1,10
Espárrago Verde o Triguero	2,70
Espinaca	1,00
Judía Verde Fina	2,40
Boby	1,40
Perona	2,80
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	0,65
Perejil	0,65
Pimiento Verde Italiano	0,90
Rojo Lamuyo	1,10
Verde Padrón	1,80
Puerro	0,80
Rábano y Rabanilla	1,40
Remolacha Común o Roja	0,55
Seta Champiñón	1,70
Girgola o Chopo	3,25
Tomate	
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	0,65
Liso Rojo Rama	0,95
Rojo Pera	0,65
Cherry	1,80
Verde Rambo	0,75
Liso Rojo Canario	0,65
Verde Mazarrón	0,75
Asurcado Verde Raf.	2,00
Kumato	1,25
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	3,00
Tamarillo Otras Variedades	4,50
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,10
Hortalizas IV Gama	3,40

PATATAS	Euros/kg
Nuevas	0,38
Blanca Spunta (Granel)	0,28
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 15 al 18 de junio de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	1,40
Cerezas	3,20
Fresones	1,65
Melocotones Rojos	1,65
Melón Piel de Sapo	1,25
Naranja Valencia Late	0,70
Nectarina	1,70
Nísperos	2,00
Pera Sanjuanera	3,05
Sandías	0,55
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas	0,90
Calabacines	0,85
Cebollas	0,25
Judías Verdes Perona	2,35
Lechugas	0,54
Patatas Calidad	0,36
Primor	0,35
Pimientos Verdes	1,00
Tomates Verdes	1,15

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 14 al 20 de junio de 2021, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates Hass (local)	5,50
Albaricoque (no local)	1,75
(local)	2,00
Brevas (no local)	5,90
(local)	5,50
Cerezas (no local)	3,00
Ciruelas Moradas (no local)	1,75
Moradas (local)	1,80
Amarillas (local)	1,80
Amarillas (no local)	1,95
Rina Claudia (local)	2,00

Cocos (no local)	1,20
Dátiles (no local)	5,30
Fresones (local)	4,60
(no local)	1,92
Granadas (no local)	2,25
Guanábana (local)	12,00
Higo Blanco (local)	5,00
Negro (local)	7,00
Negro (no local)	5,90
Limón Otros (local)	1,20
Primofiori (no local)	1,10
Verna (no local)	1,00
Litchi (local)	7,00
Mandarinas Otras (no local)	1,70
Ortanique (no local)	1,80
Manzanas Golden (no local)	1,10
Granny Smith (no local)	1,65
Fuji (no local)	2,00
Otras (no local)	0,95
Otras (local)	1,40
Red Chief (no local)	1,50
Reineta (no local)	2,20
Royal Gala (no local)	1,75
Melocotones Rojos (no local)	1,35
Amarillos (no local)	1,50
Otros (local)	1,80
Maruja (no local)	2,00
Melones Piel de Sapo (local)	0,80
Piel de Sapo (no local)	1,30
Galia (local)	1,10
Naranja Navel (no local)	1,20
Zumo Pequeña (local)	0,85
Extra Grande (local)	1,00
Valencia Late (no local)	0,80
Navel Late (no local)	0,70
Nectarinas (no local)	1,65
(local)	1,80
Nísperos (no local)	2,50
(local)	1,80
Paraguayos (no local)	1,40
Peras Conference (no local)	1,30
Ercoline (no local)	1,20
Devoe (no local)	1,00
Otras (no local)	1,80
Castell (no local)	2,60
Lima (local)	1,80
(no local)	2,40
Piña Tropical (local)	2,90
Tropical Dulce (local)	4,00
Plátanos Extra (local)	1,15
Primera (local)	0,80
Segunda (local)	0,60
Pomelos (no local)	1,90
Sandías (local)	0,60
(no local)	0,65
Sin Pepitas (local)	0,90
Uvas Red Globe (no local)	3,25
Otras (local)	2,50
Otras Blancas (no local)	3,80
Otras Negras (local)	2,80
Papaya Hawaiana (local)	1,40
Cubana (local)	1,00
Cubana (no local)	1,00
Hibrida (local)	1,20
Mangos (local)	4,50
(no local)	4,50
Mangas (local)	6,50
(no local)	7,00
Kiwi (no local)	2,85
Duraznos Pequeños (local)	2,00
Grandes (local)	2,60
Frambuesa (no local)	10,00
Parchita (local)	4,00
Moras (no local)	16,00
(local)	12,00
Arándanos (no local)	12,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelgas (local)	0,90
Ajos (no local)	3,60
Pais (local)	4,50
Albahaca (local)	7,50
Alcachofas (no local)	2,30
Apio (local)	1,80
(no local)	1,20
Berenjenas Moradas (local)	0,70
Bubangos (local)	1,20
Calabacines	0,50
Redondos (local)	0,70
Zucchini (local)	0,90
Calabazas (local)	0,60
(no local)	1,00
Cebollas Cebolletas (local)	1,20
Blancas (no local)	0,55
Blancas (local)	0,70
Moradas (no local)	1,60
Moradas (local)	1,20
Cebollino (local)	10,00
Coles Repollo (local)	0,40
Lombarda (local)	0,40
China (local)	0,70
Coliflor (local)	0,70

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 7 al 13 de junio de 2021. Precios origen. Semana 23/2021.

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: 0,25-0,30 €/Kg

Sin novedades a destacar, sin cambios respecto a la situación general de esta campaña. Cotizaciones de referencia aplican a fruta comercial ya que el gordo y destribo no encuentra salida ni en la industria ni en el fresco. **Argentina** sigue con envíos muy limitados al norte de **Europa** (condicionada por los exigentes controles fito europeos), y de otro lado **limones** sudafricanos ya más presentes en el mercado comunitario. **Sudáfrica** ha enviado ya a la **Unión Europea** y Reino Unido 50.000 toneladas esta campaña. 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 € onelada 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). Ya hemos concluido el primer año de campaña con unos datos de impactos por encima de los esperados.

POMELO

Sigue el avance de la campaña de **África del Sur** gracias al temprano comienzo de la temporada y al mayor potencial de exportación que la temporada anterior, las llegadas de **pomelos** sudafricanos siguen mostrando niveles superiores a la media. A pesar de la buena calidad de la fruta, la distribución de los calibres sigue siendo desequilibrada, con un exceso de fruta pequeña (50-55). Mientras tanto, la demanda sigue siendo muy tranquila en todos los mercados europeos. Aunque la mayoría de los distribuidores ya han integrado los pomelos sudafricanos en sus líneas, no se benefician de la visibilidad que tienen las frutas de verano (**fresas, sandías y frutas de hueso**). Por ello, las existencias son elevadas y los precios siguen a la baja.

(no local)	1,20
Champiñón (no local)	2,20
Escarolas (local)	0,70
(no local)	1,20
Espinacas (local)	2,50
Habichuelas Redondas Boby (local)	1,20
Redondas Boby (no local)	2,00
Coco Planas (local)	2,00
Lechugas Batavia (local)	1,00
Romanas Alargadas (local)	1,80
Iceberg (local)	1,40
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)	0,40
Perejil (local)	2,60
Pimientos Verdes (no local)	1,20
Verde (local)	1,20
Rojos (local)	1,30
Rojo (no local)	1,50
Padrón (local)	2,80
Padrón (no local)	2,20
Amarillos (local)	1,80
Puerros (local)	1,80
(no local)	1,40
Rabanillas (local)	1,00
Rábanos (local)	2,00
(no local)	18,00
Romero (local)	15,00
Rúcula (local)	4,80
Setas (no local)	4,50
Tomates Pera (local)	1,30
Pera (no local)	1,30
Salsa (local)	1,00
Ensalada (local)	1,50
Ensalada (no local)	1,40
Cherry (local)	2,00
Cherry (no local)	3,50
Raff (no local)	3,60
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (no local)	0,65
Segunda (local)	0,80
Primera (local)	1,50
Batatas Otras (local)	1,80
Otras (no local)	1,40
Blancas (local)	1,80
Yema Huevo (local)	2,00
Lanzarote (no local)	1,60
Pimientas Otras (local)	3,50
Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	6,00
Berros (local)	1,80
Arvejas (local)	2,50
Beterrada (local)	1,10
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	4,00
Maíz Cocido (no local)	2,20
Piña Millo Dulce (local)	1,35
Ñames (local)	5,50
Yuca (no local)	1,90

Pantanas (local)	1,60
Piña de Millo (local)	1,80
(no local)	1,50
Brecol (local)	2,00
Hierba Huerto (local)	4,50
PATATAS	Euros/kg
Patatas	
Otras Blancas (local)	0,90
Otras Blancas (no local)	0,60
Up to Date (local)	1,00
King Edward (local)	1,00
Cara (local)	0,75
Bonita (local)	2,80
Rosada (local)	1,00
Negra (local)	3,00
Spunta (local)	0,50
Negra Oro (local)	3,00
Slaney (local)	0,70
Red-Cara / Druid (local)	0,70
Red-Cara / Druid (no local)	0,70
Galáctica (local)	0,80
Rooster (local)	1,00

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 15 al 18 de junio de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	2,00
Cerezas	3,00-2,00
Fresones	2,00
Melocotones Rojos	0,90
Melón Piel de Sapo	1,10-0,90
Naranja Valencia Late	1,00-0,60
Nectarinas	1,25-0,80
Nísperos	1,75-1,25
Pera Sanjuanera	1,25-1,00
Sandías	0,65-0,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas	0,80-0,70
Calabacines	0,60-0,40
Cebollas	0,30-0,28
Judías Verdes Perona	2,50
Lechugas	0,30
Patatas Calidad	0,36
Primor	0,30
Pimientos Verdes	0,90-0,85
Tomates Maduros	0,50-0,40
Verdes	0,90-0,80

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 11 de junio de 2021, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.)	1,15
Coco	0,80
Kiwi	1,20
Limón	0,85
Manzana Royal Gala	0,80

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 24-2021, del 8 al 14 de junio de 2021, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>		
NARANJAS BLANCAS		
Naranjas Valencia Late	0,30-0,35	Alicante
LIMÓN		
Verna	0,20-0,35	Alicante
FRUTAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Albaricoque		
Galta Roja	0,77-0,97	Valencia
Mediano	0,90-1,00	Alicante
Melocotón temprano	0,45-0,57	Valencia
Plana o Paralaquaià	0,45-0,69	Valencia
Cereza Starking	1,13-1,98	Alicante
Higo Bacora	1,33-2,23	Alicante
Nectarina Blanca	0,72-0,92	Valencia
Amarilla	0,67-0,92	Valencia
Pruna Tipo Black	0,75-0,79	Valencia
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,35-0,52	Alicante
Ajo Puerro	0,65-1,00	Castellón
Apio Verde	0,20-0,40	Alicante

Berenjena Rallada	0,39-0,65	Alicante
Rallada	0,60-0,70	Valencia
Negra	0,40	Valencia
Boniato Blanco	0,62	Alicante
Rojo	0,61-0,62	Alicante
Calabacín	0,18-0,47	Alicante
	0,33-0,50	Castellón
	0,40-0,53	Valencia
Blanco	0,30-0,60	Castellón
Calabaza Tipo Cacahuete	0,20-0,26	Alicante
Cebolla Tierna (manejo)	0,38-0,45	Castellón
Cebolla Spring	0,11-0,14	Valencia
Col Lombarda	0,22-0,28	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,10-0,20	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,23	Castellón
Repollo Hoja Rizada	0,17-0,21	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,18-0,28	Castellón
Coliflor Blanca	0,35-0,47	Castellón
Habichuela Blanca	2,12-4,00	Castellón
Roja	1,91-3,25	Castellón
Roja	1,76-2,20	Valencia
Judía Boby	2,39-3,33	Alicante
Perona	1,70-3,00	Castellón

Ferradura	4,00	Castellón
Lechuga Maravilla	0,30-0,57	Castellón
Romana	0,21-0,35	Castellón
Trocadero	0,37-0,65	Castellón
Patata Blanca	0,20-0,41	Alicante
Blanca	0,11-0,19	Valencia
Blanca	0,20-0,42	Castellón
Roja	0,20-0,48	Castellón
Pepino Blanco	0,23-0,34	Alicante
	0,34-0,60	Castellón
Pimiento California Amarillo	0,65-1,00	Alicante
California Rojo	0,65-0,90	Alicante
California Verde	0,60-0,80	Alicante
Lamuyo Rojo	0,26-1,05	Alicante
Lamuyo Verde	0,40-1,02	Alicante
Dulce Italiano	0,51-0,86	Alicante
Dulce Italiano	0,85-1,00	Castellón
Dulce Italiano	0,60	Valencia
Industria	0,08-0,20	Alicante
Tomate Acostillado	0,64-1,59	Alicante
Raff	0,60-0,64	Castellón
Valenciano	1,20-1,70	Castellón
Valenciano	1,14-1,58	Valencia

Redondo Liso	0,56-0,90	Alicante
Redondo Liso	0,51-1,30	Castellón
Redondo Liso	0,70-1,32	Valencia
Pera	0,47-0,82	Alicante
Pera	0,65-1,02	Castellón
Pera	0,30-0,40	Valencia
Daniela	0,52-0,99	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	2,81-2,91	Alicante
Comuna	2,70-2,90	Castellón
Largueta	4,51-4,61	Alicante
Marcona	6,16-6,26	Alicante
Marcona	6,00-6,40	Castellón
Planeta	2,81-2,91	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada almacén. Cotización más frecuente)</i>		
ACEITE Oliva Lampante >2°	2,85-3,10	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	3,15-3,25	Castellón
Oliva Virgen Extra	3,40-3,50	Castellón
Garrafa Entera	1,05-1,20	Castellón

Golden	0,70
Melón Galia	0,90
Membrillo	0,70
Pera	0,90
Conferencia	0,75
Piña	0,95
Plátano de Canarias	0,90
Papaya	1,45
Uva Blanca	1,45
Roseti	1,30
VERDURAS Y HORTALIZAS	Euros/kg
Boniato Rojo	0,85
Boniato	0,70
Calabacín	0,80
Calabaza	0,59
Guindilla	1,29
Jengibre	2,55
Judía	1,20
Espárrago	0,95
Patata	0,50
Nueva	0,59
Pimiento	
Verde Italiano	0,79
Padrón	2,35
Remolacha	0,47
Tomate Daniela	0,80
Pera	1,30
MM Raf	1,45
OTROS	Euros/kg
Almendra	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California	1,40

COLZA	
Importación 34/36%	335,00
GARROFA	
Harina	125,00
Troceada	135,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	250,00
GIRASOL	
Importación 34%	323,00
Semillas de Girasol	515,00
Torta de Girasol	330,00
Importación 28/3	220,00
MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación	320,00
Importación	268,00
Importación CE	279,00
MIJO	
Importación	410,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%	400,00
Harina	
Soja Nacional 47%	400,00
Aceite Crudo de Soja	1.177,00
Salvados de Soja	204,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	204,00
Forrajero	245,00
Panificable, mín. 11	250,00
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	289,00
Forrajero Importación	285,00
ACEITE	
Palmiste Importación	225,00
Crudo de Palma	980,00

Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 14 de junio de 2021, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS GRANO	
Comuna Ecológica	7,70
Pelona	2,05
Común	2,65
Largueta	4,35
Mallorca	2,55
Marcona	5,95
Mollar	2,55
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

Lonja de Valencia

Información de los precios de la Mesa de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 14 de junio 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	Sin existencias
Valencia Late	
Valencia Late	Sin existencias

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 17 de junio 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
Gladío y Tahibonnet,	disp. Valencia 320,00
Bomba,	disp. Valencia 690,00
<i>Precios según rendimientos, a granel</i>	
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
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	disponible Valencia 190,00-195,00

Medianos Corrientes,	disponible Valencia 350,00-360,00
Medianos Gruesos,	disponible Valencia 380,00-390,00
CEREALES-LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Maíz Importación,	
disponible Valencia 277,00
Avena Rubia,	dest. Valencia 198,00
Cebada nacional,	disponible Valencia 215,00
Guisantes,	disponible Puerto Tarragona..... 289,00
Semilla Algodón,	destino Valencia..... 308,00-310,00
Trigo 5,	disponible Valencia 240,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 44% baja proteína,	disponible Barcelona..... 400,00
Soja 47% alta proteína,	disponible Barcelona..... 410,00
Cascarilla de Soja,	disponible Tarragona..... 196,00
Cascarilla de Avena,	destino Valencia 120,00
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	16% prot., Aragón/Lérida 183,00-186,00
14% prot., Aragón/Lérida 164,00-164,00	
B. Balas s/calidad A./Lér. .	175,00-200,00
Harina de Girasol Integral (28%),	disponible Tarragona..... 220,00-221,00
disponible Andalucía.....	225,00-227,00
Harina de Girasol	
Alta Proteína (34-36%),	disponible Tarragona..... 323,00-324,00
Palmiste,	disp. Valencia 237,00-238,00
Harina de Colza,	disp. Castellón..... S/C
Gluten Feed,	disp. Valencia 254,00
Bagazo de Maíz,	disp. Valencia 254,00
Pulpa seca remolacha granulada,	Import. disp. Tarragona..... 250,00-251,00
Import. disp. Andalucía.....	243,00-244,00
Salvado de Trigo	
Cuartas,	destino Valencia 207,00-208,00
Hojas,	destino Valencia 260,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
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
<i>Precios tonelada a granel s/rendimientos</i>	
Troceada Integral,	disp. orig..... 140,00-150,00
Troceada Sin Harina,	disponible origen 150,00-165,00
Troceado Fino,	disp. origen 130,00-140,00
Garrofin,	disp. origen 8.500,00-9.000,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
<i>Disponible origen</i>	
ALUBIAS	

Redonda Manteca 2.100,00
Pintas Granberry 1.700,00
Michigan 1.500,00
Canellini Argentina 170/100 1.400,00
Blackeyes 1.550,00
Negras 1.500,00
Garrofin 2.100,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46 1.500,00
Nuevos 34/36 1.900,00
Nuevos 50/52 1.500,00
(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
<i>Precios por tonelada, mercancía envasada.</i>	
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
<i>Precios tonelada, mercancía envasada.</i>	
ALMENDRA REPELADA	
Comuna,	
sobre 14 mm,	disponible Valencia 7.000,00
PATATAS	Euros/Tm
Agría Nueva,	
disponible Valencia 450,00
Agría Vieja,	
disponible Valencia 300,00
Lavada, origen España,	disp. Val. 350,00
Lavada, origen Francia,	disp. Val. 340,00
Francesca Elodie o similares,	disponible Valencia 240,00
Nueva de Cartagena,	disp. Val. 400,00
Nueva de Valencia,	disp. Val. 300,00
<i>Precios de origen y calidad, envasado en 25 kgs.</i>	
CEBOLLAS	Euros/Tm
Spring 130,00-160,00
La Rioja	
Observatorio de precios agrarios, del 7 al 13 de junio de 2021, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).	
CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Media Fuerza 21,80
Pienso 21,20
Cebada	
Malta 19,50
Pienso 18,60
Triticale 19,60
La cosecha de cebada de esta campaña ha comenzado tanto en Rioja Baja como en Rioja Media favorecida por las altas temperaturas. Los rendimientos medios de estas primeras siegas de	

MERCADOS NACIONALES

cebadas tempranas en estas comarcas son variables, de entre 4.000 y 4.500 Kg/ha en los suelos más frescos, e inferiores en los suelos con menos retención de agua disponible. Esta cifra se estima superior a los rendimientos de las **cebadas** de siembra más tardías. Como consecuencia de las tormentas sufridas durante el fin de semana en algunas zonas de la región se prevé que las operaciones de recolección se ralenticen. Por otro lado, el mercado de cereales se encuentra dentro de un periodo de escasa actividad, como ya es habitual en los finales de campaña. Los precios experimentan ligeras bajadas en todos sus productos.

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..... 2,20
Ostra Bandeja..... 2,70
Seta Shii-Take, Granel..... 4,00
La afección de las elevadas temperaturas ambientales en el cultivo de setas ha dejado unas cortas producciones y los precios se han elevado considerablemente para la **seta ostra** a granel. Los precios de **champiñón** fresco se mantienen una semana más.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Verde (Invernadero).....	0,50
Borrajá con Hoja (Invernadero).....	0,60
Lechuga Rizada	
(doc. Invernadero).....	2,15
Cogollos (doc.).....	2,00
Coliflor (doc.).....	4,00
Brócoli.....	0,50
Cebolleta.....	0,50
Alubia Verde Fresco.....	2,00
Alubia Pocha.....	4,00
Calabacín.....	0,30
Tomate 1ª.....	0,70
Pepino Corto.....	0,35
Pimiento Verde Cristal.....	2,00

Se dan por finalizados los cultivos de **alcachofa** y **espárrago**, así como el de **coliflor**, que concluye con un precio de 4,00 €/locena. Se han comenzado a recolectar **pepinos**, **calabacines**, **alubias**, **pimientos verdes** y también **tomate**, producido bajo plástico. Por otro lado, en la comarca de **Rioja Alta** se ha iniciado la recolección de **guisante verde** con destino a industria. La salida de los productos hortícolas presenta poca alegría, debido principalmente a los cambios de hábito del consumo que conllevan una reducción de la demanda en estas épocas de verano.

FRUTAS (06/06) Euros/Kg

PERA	Euros/Kg
Conferencia	
DOP palot (*).....	0,59
Conferencia palot (*).....	0,55
MANZANAS	Euros/Kg
Golden 70+.....	0,55
CEREZAS	Euros/Kg
24-26 mm.....	1,20
26-28 mm.....	1,50
28-30 mm.....	2,20
30+ mm.....	3,00

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

La actividad de mercado de los productos frutales se centra en las frutas de temporada, en la que la **cereza** ocupa un lugar predominante en nuestra comunidad. Respecto a la semana anterior, comienzo de la comercialización de las primeras partidas, los precios se han reducido de forma apreciable, forzados por una producción en aumento e ignorando una calidad excelente en maduración y calibre, que comienza a verse comprometida por los efectos de las tormentas.

ALMENDRAS CÁSCARA.....	Euros/Kg
Común.....	0,51
Largueta.....	1,01
Marcona.....	1,31
Floración Tardía.....	1,12
Ecológica.....	1,80

La ausencia de operaciones comerciales de importancia prolonga sin variaciones los precios en un sector que sigue de cerca los pronósticos de producción en nuestro país y en la lejana **California** donde la sequía sigue agravándose.

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 7 al 13 de junio de 2021.

CEREALES

■ **De invierno:** **Almería:** En los **Vélez**, el estado fenológico BBCH 83-87 (Maduración de frutos y semillas), es el más avanzado. Presentan buenas condiciones y el desarrollo normal de esta época del año. Con la subida de los termómetros se espera que pueda adelantarse la maduración en unos 10 días. Por los aforos realizados, se estima que este año la producción será baja en la zona. En el **Alto Almanzora**, los **cereales** presentan madurez completa. Sigue la recolección en todas las parcelas. **Cádiz:** La campaña se encuentra muy avanzada en la provincia. Los rendimientos para comarcas como **La Janda** y **Campo de Gibraltar** están siendo inferiores a los de **La Campiña** y oscilan entre los 2.500-3.000 kg/ha para los **trigos duros** y algo más para **blandos**. La calidad está siendo media, el parámetro de la fuerza **WV** oscila en los 250, está bajo y la vitrosidad está siendo corta. En la comarca de **La Campiña** las **cebadas** y **avenas** ocupan un porcentaje de la superficie del 5% cada una y los rendimientos están siendo aproximadamente los siguientes: **Cebada:** 3.000-3.500 kg/ha. **Avena:** 2.400-2.600 kg/ha. **Córdoba:** Con la llegada de las altas temperaturas se generaliza la recolección del **cereal** en la provincia. Los rendimientos medios hasta la fecha que exponemos a continuación son inferiores a un año normal debido a la primavera seca y calurosa: **Trigo duro:** 2.600-3.000 kg/ha, los principales parámetros de calidad como vitrosidad se sitúa en 70-75, el peso específico entre de 78-82% y la proteína está baja, entre el 10,90-12%. **Trigo blando:** 3.200-3.600 kg/ha. **Triticale:** 3.750-3.900 kg/ha. **Cebada:** 2.250-2.400 kg/ha. El estado fenológico más tardío de la **quinoa** es el BBCH 75-79 (Engorde del fruto) y el más temprano BBCH 85-89 (Maduración de semillas). En las parcelas en secano la falta de humedad está acelerando la maduración, mientras que en las de riego la planta está todavía verde y las semillas maduran más lentamente. **Granada:** El estado fenológico que predomina en estos momentos es el de grano lechoso-grano pastoso. Hay parcelas con maduración de granos y que comenzarán a recolectarse en quince días, como en la comarca de **La Vega** y en otras zonas de **Guadix**, **Baza**, **Valle del Lecrín** y **Alpujarras** más tardíamente. En la comarca de **La Vega** está madurando primero la **avena**, seguida de la **cebada** y después de los **trigos**. Una de las variedades de **cebada cervecera** en la zona es la **Nure** y la **Hispanica Huelva**: Avanza la recolección en las zonas cerealistas de **Condado Campiña** y **Condado Litoral Jaén**: En la comarca de **Sierra Morena** y **La Loma** los **cereales** están en fase de grano duro y madurando. En pocos días comenzará la recolección de los **trigos duros** que no presentan un buen estado pues no han granado bien. Algunas de las variedades que nos encontramos son **Amilcar** y **Eurodro**. Las **cebadas** como **Planet** y **Shakira**, presentan mejor estado y van en fecha aunque las cosechadoras entraran unos días después que en los **trigos**. **Málaga:** Ha comenzado la recolección en las zonas más tempranas de la comarca **Norte**. Los rendimientos en las parcelas de **avena** están rondando los 1.500 kg/ha. **Sevilla:** La recolección de los **cereales de invierno** se encuentra prácticamente finalizada en la **Campiña**, **Vega** y **Marisma**, con rendimientos dispares, entre medios y medio-bajos según la comarca. La mayoría de las parcelas que quedan por recogerse se encuentran en las zonas más tardías de las sierras. Se empaca la paja y se retiran las alpacas. Se produce la maduración en las parcelas de **quinoa**. ■ **De primavera:** **Granada:** En la comarca de **La Vega** se observan parcelas de **maíz** que presentan como estado fenológico más adelantado el BBCH 61-69 (Floración) y como más retrasado el BBCH 30-34 (Crecimiento de nudos). Con la subida de las temperaturas y los abonados de cobertera el cultivo va a experimentar un fuerte crecimiento estas semanas. **Sevilla:** La campaña arrocerá se encuentra más atrasada que de costumbre este año principalmente debido a la situación de incertidumbre sobre la dotación final de agua para riego disponible. La siembra suele transcurrir durante el mes de mayo los años normales, mientras que en el actual se empezaron a inundar las parcelas más tempranas durante la segunda quincena de este mes en la margen izquierda. En la margen derecha se comenzó a meter agua en las tablas a principios de junio y esta semana están terminando de sembrar las últimas. En general, predomina la germinación y los primeros estadios de desarrollo del cultivo. En muchas tablas se reduce el nivel de agua al mínimo tras la germinación para favorecer el agarre de las plántulas al suelo, es una práctica que se conoce como la seca del **arroz**.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** En **Nijar**, las plantaciones de **tomate** de ciclo largo están prácticamente acabadas, encontrándose en producción las de primavera. Se siguen recolectando **tomates** de los tipos **Pera**, **Cherry**, **Kumato** y **Rosa**. Finalizarán todos en unas semanas, y a principio de julio comenzará la plantación de la campaña siguiente. Se están plantando nuevos cultivos de **pimientos**, en general del tipo **California**. Se recolectan las **berenjenas** de primavera, con buena calidad. En cultivos muy tardíos de **pepinos** se está empezando a recolectar, con buena calidad de fruto. Continúa la recolección en las plantaciones de **calabacines** tardías. Las plantaciones de **sandía** y **melón** se encuentran en el Fin de recolección/Final del cultivo. En el **Poniente almeriense**, aún quedan algunos invernaderos recolectando **pimientos Lamuyos Rojos** e **Italianos**, pero la mayoría están ya solarizando los suelos, después de limpiar los restos de cosechas. Se empiezan a ver plantaciones tempranas de **pimiento California**. Se están haciendo limpieza en los invernaderos de **tomate** para desinfectar y preparar el suelo para las próximas plantaciones. Sólo algunos invernaderos con **tomate** pera siguen recolectándose. Quedan pocas plantaciones de **berenjenas** en producción, con las cubiertas blanqueadas por el calor y las bandas abiertas. Han tenido una producción de unos 14-16 kg/mata con una densidad de media planta por metro cuadrado. Quedan algunos invernaderos de **pepinos** en producción, pero la mayor parte ya han terminado el cultivo, por lo que se limpian de restos de cultivo y se solariza el suelo para desinfectar. Algunas plantaciones de **calabacines** de primavera siguen recolectando y el resto están preparando el suelo para el próximo cultivo. Se ha terminado prácticamente la campaña de **melón** y **sandía** y se están limpiando los invernaderos. En los semilleros aumentan las siembras de **pimientos** para plantaciones tempranas. **Cádiz:** La campaña del **melón Galia** de invernadero en la zona de la **Algaida** está prácticamente finalizada con buenos rendimientos y cotizaciones a la baja en las últimas semanas. **Granada:** En muchos invernaderos de tomates se está arrancando las matas y se prepara la solarización. Hay zonas donde se está produciendo algún **tomate liso**, **tomate pera**, **Cherry**, **Cherry de pera**, **Cherry en rama**. Las cotizaciones han subido algo esta semana. La campaña del **calabacín** y la **berenjena** ha terminado en los invernaderos. Se está cogiendo **pepino español** y **holandés** pero en pequeñas cantidades. La campaña del **pimiento** en la zona de la **Costa** está finalizando, se sacan los últimos **pimientos Italianos** y **Lamuyos** de la zona. Se aprecian invernaderos con **pimiento del piquillo** que están en recolección. El resto de los invernaderos ha levantado el campo. Se recolectan **judías verdes** en la comarca de **La Costa**, se trata de variedades del tipo redondo como **Emerite** y **Xera** y variedades planas como **Helda** y **Perona**. Estas últimas cotizan mejor que las primeras. Las altas temperaturas han hecho aumentar la producción estos días. **Huelva:** La campaña de la **fresa** se encuentra finalizada. Se realizan recolecciones para Industria y muy poco para consumo en fresco. Las cotizaciones se han mantenido hasta esta última semana pero con las subidas de las temperaturas la fruta ha perdido calidad y se levantan ya los invernaderos. Las **frambuesas** que se recolectan en estos momentos son de las variedades **Majestic** y **Diamond Jubilee**. La variedad **Adelita** ya ha sido totalmente recolectada. Para las variedades no remontantes ya se están arrancando las matas y limpiando los invernaderos. Este ha sido un año de una producción media-baja. En los **arándanos** finaliza la recolección de la variedad **Star** y se sigue con las variedades **Ventura** y **Camelia**. Hasta el momento los precios están permitiendo continuar la cosecha aunque el calor afecta al fruto. Se abona regando en finca con nitrato amónico y nitrato potásico. Continúa la fase de recolección en las plantaciones de **moras**, especialmente de las variedades **Lochness** y **Polar**. La fruta aguanta el calor y se muestra en un buen estado, pensándose continuar la campaña hasta el mes de julio. La producción media por planta varía de los 700-800 gramos según variedad. Una vez levantado el cultivo de la **fresa** se aprovechan los invernaderos y los tubos de riego para colocar hortalizas (**tomates**, **lechugas**, **pimientos** y **sandía**). Se baraja la cifra de unas 200 Has o incluso más que se han puesto en estas últimas semanas y se van a seguir poniendo a media se levantan las matas de **fresa**. **Málaga:** En la comarca de **Vélez-Málaga**, están sacando todavía **habichuelas del tipo Brasileña**, **Garrafal Oro** y **Elda**, mientras las cotizaciones se mantienen en estos precios. En los invernaderos se está tratando contra los trips y aplicando agua y abonado por fertirrigación. Se cosechan invernaderos de pepinos y en otros se realizan trasplantes para continuar con el cultivo. El tipo francés y el blanco son de los que más se están cogiendo. ■ **Al aire libre:** **Almería:** En la comarca de **Los Vélez**, municipio de **María**, se observan parcelas de **lechugas** con los tipos **Romana**, **Iceberg** y **Little Gem**. La recolección es cídi-

ca y en todas las fincas hay parcelas ya recolectadas, otras en recolección y otras en crecimiento. Las temperaturas elevadas han favorecido el crecimiento y aumentado la producción en lo que llevamos del mes de junio. Se observan también parcelas de **brócolis** con la variedad **Larsson** en recolección. Hay fincas en plena recolección que tienen parcelas de plantas en crecimiento que entran continuamente en producción, en cuanto la pella adquiere el tamaño idóneo. El desarrollo de la planta es bueno y se van dando pases recolectando cada dos semanas aproximadamente. En la comarca de **Los Vélez**, zona de **María**, encontramos parcelas de **sandías** con los primeros brotes en desarrollo. En esta zona, se emplean las mantas térmicas para proteger, tanto de temperaturas nocturnas bajas como de vientos de mediana intensidad. Las variedades que suelen plantarse en la zona son negras sin pepitas. **Cádiz:** Se observan pocas parcelas de **melón piel de sapo** las cuales se han recolectado con buenos rendimientos. La campaña de la **sandía** en la zona de la **Algaida** está muy avanzada, con buenos rendimientos y comenzando a despegar en cuanto a precios ya que hasta hace un par de semanas las altas temperaturas no habían llegado. **Córdoba:** La recolección de los **ajos blancos** ha finalizado y ya está todo en los almacenes para su clasificación y selección con rendimientos muy buenos, en torno a 13-14 tn/ha. Durante esta semana ha comenzado el arranque del **ajo morado**, para su posterior recogida en montones y secado en campo, con idea de empezar a cortar la semana que viene. La superficie de **ajo morado** provincial no llega al 10% del total del ajo cultivado, y los rendimientos están entre 10-12 tn/ha lo que se considera también óptimo para esta variedad. **Granada:** En la comarca de **La Vega**, zona de **Chauchina**, se han recolectado parcelas de **ajos chinos** con rendimientos de unas 13-16 tn/ha. En la comarca de **Guadix**, **Baza** y **Huésca** se están recolectando **brócolis**, hay también parcelas en fase de engorde de pellas, estando las más tardías en crecimiento. La campaña del **espárrago** está finalizando con producciones y precios aceptables. Las parcelas han producido bastantes kilos y se han cotizado, la calidad ha sido buena. En la zona de **Huétor-Tajar** se han recolectado fincas de **cebollas tempranas** de la variedad **Babosa**, encontrándose otras más tardías como la **Reca** y **Liria** en estado fenológico de desarrollo de hojas. En la zona de Loja se observan algunas parcelas de **guisantes** e **espinacas**, estas últimas ya han finalizado la campaña. Se observan plantaciones en crecimiento de **pepinos**, **pimientos Italiano** y **Lamuyo** y **tomates** en la zona de **Zafarraya**. En las comarcas de **Baza** y **Huésca** se observan parcelas de **lechuga Iceberg** en recolección y otras en crecimiento. En **Benamaurel** hay parcelas de **tomate Cherry** en rama de la variedad **Genio**, son plantaciones tardías, en concreto en el mes de abril con una densidad de 1 planta/m². Se encuentran en floración y con una altura de 30-40 cm. Se aplican riegos cada dos días. **Jaén:** El estado predominante de los **ajos** es el de "Final de recolección" y para los **ajos "Morados"** el BBCH 40-49 (Desarrollo del bulbo). En las comarcas de **La Loma** y **Campiña Sur**, se están recolectando **ajos blancos** cuya campaña está muy avanzada con los **ajos** arrancados y quedando parcelas por recolectar. En breves días comenzarán la campaña del **ajo morado**. Los riegos finalizaron en mayo. Este tipo de **ajos** presenta un buen estado y se ve que los rendimientos están siendo positivos aunque se verá la calidad de la piel como sale. **Sevilla:** Fructificación y envero en las parcelas de **tomate** y **pimiento** de industria. Está rematándose la recolección de la **cebolla** híbrida temprana en la **Vega** y **Marisma**. Recolección en los matos de **melones** y **sandías**. En las parcelas de **maíz dulce**, la mazorca se encuentra en grano lechoso.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Almería:** En los **Vélez**, en las parcelas de secano de **almendro**, el tamaño y la carga de frutos de los árboles es inferior a otras campañas, tanto por las heladas de finales de marzo como por las lluvias, que han sido insuficientes. En el **Bajo Almanzora**, el estado predominante en los **almendros** es el endurecimiento de la cáscara. En el **campo de Tabernas**, continúa la maduración de frutos en los **almendros** y aumenta la coloración de la cáscara. **Granada:** En los **almendros**, los estados fenológicos que predominan en la provincia oscilan entre el J (Frutos alcanzando tamaño definitivo) y el I (Frutos en crecimiento). En la comarca de **La Vega**, los **almendros** se encuentran en fase de engorde de la pipa, alcanzando el tamaño final de cosecha. En los secanos, se están viendo mermas por la sequía y en otras zonas por las heladas de meses pasados. En las **Alpujarras**, se observan daños por heladas, presentando los **almendros** el estado fenológico de engorde del fruto. **Jaén:** El estado fenológico más avanzado de los **almendros** es el J (Frutos alcanzando tamaño definitivo) y el que predomina es I (Frutos en crecimiento). En la provincia, en las zonas de **Sierra Mágina** y **La Loma**, el cultivo se encuentra con los frutos en crecimiento en mayor o menor medida. Las zonas más tempranas se encuentran con los frutos adquiriendo el tamaño definitivo. Las lluvias de los últimos días han sido positivas de cara al engorde de la almendra. Se encuentran con más carga las parcelas en regadío, esperándose mermas en los secanos ya que ha habido déficit hídrico. El estado fenológico más avanzado de las plantaciones de **pistachos** es el I (Frutos en crecimiento) y en los más tardíos H (Fruto cuajado). En las comarcas de **La Loma** y **Sierra Morena** el cultivo está cuajado en las parcelas más tardías y en las más tempranas se encuentran en crecimiento. Se están abonando con complejos ternarios, ácidos húmicos y quelatos; regando las parcelas de regadío dando 3-4 horas al menos dos veces por semana. ■ **Frutales de hueso y pepita:** **Almería:** Está próxima a finalizar la recolección de los **cerezos** y se ha producido el rajado de una parte de los frutos debido a las últimas lluvias. **Huelva:** Las **ciruelas** siguen en fase de maduración y recolección las más adelantadas. El estado fenológico predominante es el J (Fruto desarrollado). La campaña de la **ciruela** comenzó a principios del mes de junio. Se está fertirrigando con aplicaciones de abonados ricos en potasa. Hasta el momento, los rendimientos de las parcelas aforadas son de unas 22-26 Tm /Ha. **Sevilla:** El grueso de la campaña de la **fruta de hueso** ha finalizado en nuestra provincia y ahora la actividad se centra en las ciruelas cuya campaña de recolección, en sus diferentes variedades se prolonga hasta finales de agosto. ■ **Frutales subtropicales:** **Granada:** En la comarca de **La Costa**, las parcelas de **aguacates** presentan los frutos ya cuajados e iniciando su fase de crecimiento y engorde. Se está fertirrigando con más intensidad estos días debido a las altas temperaturas. En un 10% de las fincas se está aplicando herbicida del tipo Glifosato 36%. En el resto el desbroce se realiza manualmente. La campaña de la **chirimoya** ha finalizado en la provincia. En la comarca de **La Costa** se desbroza la hierba y se aplica herbicida en un porcentaje pequeño de las parcelas. De cara a la nueva campaña, las variedades más precoces se están polinizando a mano. Se dan labores de poda en los más tardíos y se está incorporando materia orgánica a las parcelas.

CÍTRICOS

Málaga: En la provincia se siguen recolectando **limones Verna** en la comarca **Centro**. Los rendimientos siguen por debajo de lo esperado a lo que se une la bajada en las cotizaciones en las últimas semanas. El mercado está malo, paralizado con la fruta nacional y entrando fruta de fuera en cantidades importantes. No está habiendo plagas reseñables y se están fertirrigando con más intensidad debido a la subida de las temperaturas. Se están sacando **naranjas Valencias** con una bajada en las cotizaciones debido a fruta de fuera de UE en los mercados. Desde el punto de vista fenológico la fruta se encuentra en fase de crecimiento y engorde. **Sevilla:** El estado fenológico dominante es el I2 (Cierre del cáliz). Se realizan labores de poda en las parcelas cosechadas.

VIÑEDO

Almería: El cultivo se desarrolla con normalidad para esta época del año, el **viñedo** de vinificación, en el **Alto Andarax** presenta como estado dominante el J (cuajado/caída de capuchones florales) y en **Los Vélez** como estado fenológico más avanzado se observa el G (Racimos separados). El estado de la **uva de mesa** en la comarca del **Bajo Almanzora** oscila entre las bayas con tamaño de perdigón a las más avanzadas que son las de tamaño guisante. Algunas parcelas se encuentran en la fase de compactación del racimo. **Huelva:** Las **viñas del Condado (Campiña y Litoral)** presentan como estado fenológico más avanzado el de "Compactación y Formación del Racimo". Sin problemas de "mildiu" como sufrimos el año pasado en los que se tuvieron que dar hasta 8 tratamientos y aplicaciones. Sin embargo se hacen tratamientos fungicidas de carácter preventivo. Con las altas temperaturas y tras levantarse los cultivos de **fresa** en zonas comunes, es posible que aumenten los índices de ataque de araña roja en la zona. Los terrenos presentan una evidente falta de humedad. **Jaén:** El estado fenológico de la **uva** en las comarcas de **La Loma** y **Sierra Sur**, oscila entre el estado G (Botones florales separados) y el estado fenológico J (Baya tamaño perdigón) como más adelantado. Las viñas presentan un buen estado fitosanitario, sin plagas reseñables.



Vicente Dalmau acumula una experiencia de más de 17 años trabajando en el Servicio de Sanidad Vegetal de la Generalitat Valenciana. / FOTOGRAFÍAS ÓSCAR ORZANCO

“La sanidad vegetal avanza hacia un control más orgánico y biológico”

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Vicente Dalmau lleva en el Servicio de Sanidad Vegetal de la Generalitat Valenciana más de 17 años. Aprobó las oposiciones en 2002 y le concedieron la plaza en enero de 2004. Desde entonces ha desarrollado su labor profesional en este centro ubicado en Silla (Valencia). En general, Dalmau considera que la situación sanitaria de los cultivos de la Comunitat Valenciana es buena, sobre todo si lo comparamos con otras zonas productoras del mundo, aunque hay problemas como el Cotonet de Sudáfrica, *Xylella* o la mosca de la fruta, en un catálogo amplio y variado de plagas y enfermedades, que están generando muchos daños y tensiones. Por ello, no se puede bajar la guardia, y en un contexto en el que la disponibilidad de materias activas y fitosanitarios se ha reducido a la mitad en unos pocos años, el control orgánico y biológico cobra fuerza para garantizar la sanidad de los cultivos.

Valencia Fruits. ¿Cuáles son las principales funciones del Servicio de Sanidad Vegetal?

Vicente Dalmau. El Servicio de Sanidad Vegetal realiza funciones como dar avisos y recomendaciones a los agricultores, y para ello elaboramos el Boletín de Avisos, hacemos el seguimiento de determinadas plagas y enfermedades de interés para nuestros productores, y desarrollamos otras actuaciones como las campañas de erradicación de organismos de cuarentena, entre los que se encuentra *Xylella* fastidiosa o el picudo rojo en los palmerales de Elche.

También llevamos a cabo campañas oficiales de control como puede ser la campaña contra la *Ceratitis capitata* o mosca de la fruta. Hay diversas herramientas para controlar esta plaga y la que más se está utilizando en nuestra comunidad es la suelta de machos estériles que se producen en la bioplanta ubicada en Caudete de

las Fuentes. No obstante, contamos también con una extensa red de monitorización y realizamos trampeos masivos para evitar la proliferación de la mosca. Y ahora mismo estamos repartiendo producto y realizando tratamientos con 31 quads por las diferentes parcelas y focos detectados.

Dentro de las funciones del Servicio de Sanidad Vegetal llevamos el registro de viveristas y el control del material vegetal de reproducción. Realizamos el control de los viveristas de frutales, cítricos, vid o de plantas ornamentales, un sector en el que la Comunitat Valenciana es una potencia. Y también gestionamos los reglamentos y el registro de operadores de producción integrada.

VF. ¿Qué inversiones realiza la Comunitat Valenciana en la lucha contra las plagas que afectan a los cultivos?

VD. En la lucha contra las plagas somos la comunidad que más

“En la lucha contra las plagas somos la comunidad autónoma que más invertimos. Tenemos destinado un presupuesto elevado para esta partida”

“La situación fitosanitaria en los cítricos es privilegiada en comparación con otras zonas productoras del mundo como Estados Unidos o Brasil, que se enfrentan al HLB”

“Mediante feromonas o el parasitoides *Anagyrus aberiae* pretendemos reducir la presencia del Cotonet de Sudáfrica y que los costes para controlar la plaga disminuyan”

“Este año hemos detectado menos incidencia del Cotonet de Sudáfrica pero tenemos que realizar una prospección exhaustiva para confirmar esta apreciación”

invertimos. Tenemos un presupuesto elevado para esta partida. Además de los recursos propios, una buena parte de los fondos que el Ministerio de Agricultura destina a este capítulo llegan a la Comunitat Valenciana. Se trata de fondos cofinanciados y, por tanto, aquellas comunidades que más gastan en este capítulo, también son las que más financiación perciben.

VF. En general, ¿cuál es la situación sanitaria de los cultivos en la Comunitat Valenciana?

VD. A pesar de los problemas que estamos detectando estos últimos años, y aunque depende también de los cultivos, la situación fitosanitaria por ejemplo en los cítricos, la producción dominante en la Comunitat Valenciana, es privilegiada en comparación con otras zonas productoras del mundo como Estados Unidos o Brasil, que se están enfrentando a la amenaza más grave que tienen estos cultivos como es el Greening o HLB. Es cierto que tenemos problemas como el Cotonet de Sudáfrica o la mosca de la fruta, que ocasionan daños y se intenta hacerles frente con las herramientas que tenemos disponibles, pero no conllevan la gravedad del HLB.

VF. Respecto al Cotonet de Sudáfrica, los citricultores han informado que la lucha contra esta plaga ha incrementado los gastos de producción más de un 50%. ¿Este va ser el coste real en el futuro?

VD. Cuando llega una plaga nueva se encuentra un ecosistema en el que no tiene ningún enemigo natural y sus poblaciones crecen de forma descontrolada. Sin embargo, el conocimiento de la plaga te permite ir aplicando herramientas para su control. Es el caso de las feromonas o el parasitoide *Anagyrus aberiae*, que fue importado de Sudáfrica para controlar específicamente el Cotonet de Sudáfrica. Con todas estas técnicas pretendemos que la presencia de la plaga se reduzca y los costes para controlarla disminuyan y se equilibren.

Ahora los productores necesitan realizar varias actuaciones para combatirla. El tratamiento con feromonas resulta una estrategia cara, a pesar de que la Conselleria de Agricultura lo ha financiado parcialmente en 2021. Además, se necesitan una o dos intervenciones adicionales con productos químicos insecticidas, y todas estas actuaciones encarecen los costes del citricultor.

VF. ¿En qué situación está actualmente la plaga del Cotonet de Sudáfrica?

VD. Aunque todavía es pronto para realizar un análisis, los datos que tenemos hasta ahora constatan que este año va mejor que en 2020. Pero insisto, es pronto para realizar una evaluación. Los daños se producen en el mes de junio y queremos comparar datos cuando finalice este mes. Sin embargo, si bien no se puede generalizar y los productores deben comprobar la afección en sus parcelas, nos estamos encontrando que muchos campos que en 2020 presentaban graves daños este año no se están alcanzando esos niveles. De hecho, estamos realizando un ensayo con productos para comparar estrategias y nos hemos visto obligados a cambiar de parcela porque en el terreno elegido este año la plaga apenas estaba presente.

En general, hemos detectado menos incidencia de la plaga pero tenemos que realizar una prospección más exhaustiva para que esta apreciación se confirme.

VF. ¿Qué métodos de control se están empleando frente a esta plaga?

VD. El *Delottococcus aberiae* lleva con nosotros muy poco tiempo. Aunque el año 2009 parezca muy lejano, para una plaga es un corto espacio de tiempo, y más para una plaga que se había movido muy lentamente. No fue hasta el año pasado cuando se produjo esa explosión de su dispersión por varias zonas.

La estrategia contra el Cotonet de Sudáfrica debe abarcar todos los frentes. Hay que realizar un seguimiento correcto de la plaga, hay que conocer su biología y saber en qué momentos le podemos hacer daño, y hay que aplicar todas las herramientas de control biológico disponibles. Para ello contamos con el parasitoide específico *Anagyrus aberiae* pero también tenemos el depredador *Cryptolaemus*, que se ha utilizado de manera habitual en los cítricos para el control de cotonets, y que también controla *Delottococcus aberiae*. Y evidentemente el tratamiento con feromonas constituye una técnica novedosa y habrá que comprobar si su la aplicación sobre grandes superficies consigue controlar por sí sola la plaga. Por último, contamos con los productos fito-



Vicente Dalmau analiza las situación de la sanidad vegetal de los cultivos de la Comunitat Valenciana y los principales problemas en plagas y enfermedades.

“Los productores de las zonas afectadas por *Xylella* tienen la percepción de que los perseguimos, cuando nuestro interés se centra en velar para controlar una enfermedad que es muy grave y está catalogada por la Unión Europea dentro de las 20 plagas prioritarias”

“Las consecuencias de su expansión a otros cultivos y otras zonas serían nefastas. Nuestra responsabilidad, y así nos obliga la Unión Europea, es adoptar medidas, compensar de forma justa a los agricultores y ofrecer alternativas en las zonas erradicadas”

sanitarios convencionales. Hoy en día, hay que realizar tratamientos insecticidas de refuerzo porque el resto de estrategias todavía no son suficientes para controlarla.

VF. ¿Hay actualmente productos fitosanitarios autorizados eficientes para hacer frente a las plagas?

VD. Esa es otra batalla. El consumidor, y en consecuencia los legisladores europeos, no quieren residuos de plaguicidas en los alimentos ni en el medioambiente, no quieren insecticidas. Estos productos están mal vistos por la opinión pública y la tendencia de reducción de materias activas es

clara. La disponibilidad de materias activas y fitosanitarios se ha reducido a la mitad en unos pocos años. Y la senda tiende hacia un incremento de las prohibiciones. Los neonicotinoides primero se prohibieron en aplicaciones al aire libre, ahora se van a suprimir de manera total.

Cada vez vamos a tener menor disponibilidad de productos. Aunque van llegando nuevas soluciones al mercado, el ritmo de los lanzamientos no supe el gran número de productos retirados, que además suelen ser genéricos y más baratos. Y los productos nuevos suelen ser más caros, más técnicos y más específicos.

VF. Actualmente, ¿cuáles son las plagas o enfermedades más preocupantes para los cultivos de la Comunitat Valenciana?

VD. Como plagas que están presentes actualmente, en los cítricos sería el Cotonet de Sudáfrica. Como amenazas para este cultivo fuera hay muchas y tenemos un plan de vigilancia para intentar evitar que lleguen, y si entraran detectarlas lo antes posible para hacerles frente.

En la viña lo más preocupante son las enfermedades de madera, que es un punto clave porque vemos que todas las nuevas plantaciones están teniendo problemas generados por enfermedades de hongos. En colaboración con el IVIA estamos investigando para encontrar tratamientos, como puede ser la termoterapia, para que el material de los viveros salga en condiciones adecuadas para que no haya problemas con las enfermedades de madera en las plantaciones nuevas.

En cultivos como el olivo tenemos la amenaza de *Xylella fastidiosa*, que, aunque en la Comunitat Valenciana no se ha detectado ningún caso de esta enfermedad en olivar, vemos como se encuentra la situación en Italia y asusta.

En el cultivo del kaki la más importante es diversa y la más importante son los cotonets, que están ocasionando daños impor-

tantes. Hay diversas especies que afectan a este cultivo, con ciclos biológicos complementarios o superpuestos, y el control de tantas especies, unido a la baja disponibilidad de productos para tratarlos, provoca que sea difícil hacerles frente. Y últimamente también está muy presente la *Mycosphaerella nawae*, ya que se han detectado resistencias a una determinada familia de fungicidas y hay que buscar alternativas para un futuro próximo. Las resistencias, unidas a la prohibición de otros productos que se han utilizado en los últimos años, podrían poner en peligro el control adecuado de la enfermedad.

VF. Respecto a *Xylella*, sin ningún caso detectado en olivo, el almendro es la especie más afectada. ¿Es la plaga que más repercusión social ha tenido para el Servicio de Sanidad Vegetal, aunque el año pasado se redujeron las condiciones de arranque y las medidas de contención? ¿En qué situación se encuentra ahora mismo la plaga de *Xylella fastidiosa*?

VD. Los productores de las zonas afectadas tienen la percepción de que los perseguimos, cuando nuestro interés se centra en velar para controlar una enfermedad que es muy grave y está catalogada por la Unión Europea dentro de las 20 plagas prioritarias. Las consecuencias de su expansión a otros cultivos y otras zonas serían nefastas. Nuestra responsabilidad, y así nos obliga la Unión Europea, es adoptar estas medidas.

Los afectados ven estas medidas como un agravio y consideran que la enfermedad está muy extendida y ya no existe solución. Sin embargo, nosotros realizamos prospecciones muy exhaustivas. La zona demarcada se encuentra bien definida y la enfermedad no se está expandiendo. Y si comparamos las hectáreas afectadas con el resto del territorio de la Comunitat Valenciana o el conjunto de Europa, en Bruselas ven un punto muy pequeño en el mapa y nos obligan a adoptar medidas para evitar su expansión.

Nuestra obligación es aplicar esas medidas, compensar de forma justa a los agricultores y ofrecer alternativas en las zonas

Los negativos efectos del cambio climático

La agricultura es uno de los muchos sectores que está sufriendo transformaciones a causa del cambio climático. Su impacto ya se nota sobre los cultivos, y evidentemente va a afectar a las estrategias de control de enfermedades y plagas, “y con toda seguridad de forma negativa”, asegura Vicente Dalmau.

El ciclo biológico de las plagas depende de factores como la temperatura. Y, como explica el jefe del Servicio de Sanidad Vegetal de la Generalitat Valenciana, “una plaga que hasta ahora tenía un número de generaciones al año, si sube la temperatura, puede aumentar la cantidad de generaciones anuales y aumentar sus poblaciones y daños”. Otro ejemplo se da en plagas cuya población descendía a niveles mínimos con la llegada de las temperaturas bajas invernales. “Si las condiciones son más favorables superarán el invierno y llegaremos con poblaciones de la plaga mucho más elevadas a la primavera. A los insectos este cambio climático les suele favorecer y a nosotros nos suele perjudicar. También podrían llegar y establecerse plagas foráneas



favorecidas por las nuevas condiciones climáticas que antes les impedían su establecimiento”, indica Vicente Dalmau. ■

(Pasa a la página siguiente)

“La sanidad...”

(Viene de la página anterior)

erradicadas. Más que negarse a arrancar los árboles infectados, considero que la estrategia que deberían seguir los afectados es acceder a las indemnizaciones y exigir el poder plantar especies alternativas viables.

VF. Aunque parece curioso, el olivo, que en Italia es un cultivo afectado, en la Comunitat Valenciana se ha planteado como una especie alternativa. ¿Se está plantando ya?

VD. Aunque no es un tema del Servicio de Sanidad Vegetal, es una estrategia de la Conselleria de Agricultura, que tiene presente la publicación de un orden de ayudas de replantación para todos los agricultores afectados por todas las medidas obligatorias, que han tenido derecho a percibir las indemnizaciones, y ahora también podrán acceder a estas subvenciones para replantar. Y efectivamente estaría autorizada la plantación con olivo.

VF. Una de las principales amenazas para la citricultura valenciana y española es el HLB, aunque esta grave enfermedad todavía no se encuentra en territorio europeo. ¿Qué medidas de control y prevención se están adoptando?

VD. La enfermedad no la tenemos en la Unión Europea, pero el vector se encuentra en las Islas Canarias, en Madeira, en Galicia, cornisa cantábrica y en el norte de Portugal hasta el Tajo. Y esto genera una gran preocupación.

Por ejemplo, en Florida entró el vector, no le prestaron una excesiva atención y se extendió de forma muy rápida. Posteriormente llegó la enfermedad y ha afectado a todas las zonas productoras con unas consecuencias muy graves.

Viendo los efectos devastadores que provoca y que se trata de una plaga de cuarentena prioritaria, tenemos la obligación de adoptar planes de contingencia. España cuenta con un plan de contingencia aprobado en 2015, tras detectarse el vector en Portugal, y en la Comunitat Valenciana se ha adaptado ese plan de contingencia nacional a nuestras condiciones. Realizamos prospecciones y controles todos los años en jardines, viveros, plantaciones y en los puntos de posible entrada, para verificar que estamos exentos de la enfermedad, y en el caso de que llegase poder hacerle frente lo antes posible.

VF. ¿Es posible controlar la llegada de plagas foráneas en un mundo tan globalizado?

VD. Si analizamos los resultados de nuestro plan de vigilancia citrícola vemos que cada dos años tenemos una plaga nueva. Es cierto que recientemente se ha reforzado la legislación europea sobre la sanidad vegetal, tanto interna como la referente a la importación y exportación.

La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) ha realizado sus análisis de riesgo para evaluar si las medidas que se estaban adoptando eran suficientes. Es cierto que de las recomendaciones que realiza la EFSA, basadas en criterios científicos, a lo que finalmente se aprueba, suele haber retoques y hay países que no son sensibles a ciertas plagas y enfermedades porque no tienen los cultivos a



Imagen de la entrevista realizada en el centro del Servicio de Sanidad Vegetal en Silla (Valencia). / RAQUEL FUERTES

los que les afectan y mantienen un interés más comercial.

Hay que ser realistas, y es cierto que con el volumen de movimiento de material que existe en el mundo resulta muy complicado que no entren plagas foráneas. Pero hay que intentar limitar el riesgo al mínimo y cumplir escrupulosamente las normas que ahora tenemos vigentes, tanto España como la Comisión Europea. Si un país tercero incumple reiteradamente la normativa se deberían adoptar medidas contundentes y rápidas para que no siga pasando. Y en mi opinión esto no se hace con la contundencia y la rapidez que se debería. Muchas veces se adoptan medidas para la galería; por ejemplo, cuando se paralizan las importaciones procedentes de determinados países terceros cuando ya prácticamente han finalizado sus campañas de exportación.

Las importaciones de países terceros en ocasiones llegan acompañadas de moscas de la fruta foráneas, lepidópteros que pueden ocasionar graves daños, así como la presencia de plagas prioritarias. Disponemos de una red de alarma de vigilancia y detección precoz para evitar que estos organismos nocivos se instalen en el territorio europeo, pero es cuestión de tiempo que nos llevemos algún susto.

VF. En vista de las restricciones de productos fitosanitarios, ¿en qué líneas avanzan las nuevas estrategias en sanidad vegetal?

VD. Hay que adaptarse a lo que pide el consumidor y están solicitando que haya mayores restricciones de productos fitosanitarios. Es cierto que a los ciudadanos habría también que explicarles que muchas plagas y enfermedades son estéticas. Es decir, que se podría producir fruta con menos residuos de plaguicidas pero a lo mejor no sería tan bonita como la que están acostumbrados a comer. Por ejemplo, el piojo rojo de California es una plaga eminentemente estética. Y obtener fruta sin residuos y sin piojo rojo resulta difícil. Habría que hacer un balance.

Pero evidentemente la sanidad vegetal avanza hacia un control más orgánico y biológico. De hecho, desde el Servicio de Sanidad Vegetal estamos apostando desde hace unos años por el uso de las feromonas en el cultivo del arroz y queremos ampliar esta estrategia a otros cultivos.

La Conselleria de Agricultura está apostando por este tipo de control y evidentemente por el biológico. En esta línea contamos con insectarios en los que producimos organismos de con-

“La enfermedad del HLB no la tenemos en la UE, pero el vector se encuentra en las Islas Canarias, en Madeira, en Galicia, cornisa cantábrica y en el norte de Portugal hasta el Tajo. Y esto genera una gran preocupación”

“Hay que ser realistas, y es cierto que con el volumen de movimiento de material que existe en el mundo resulta muy complicado que no entren plagas foráneas. Pero hay que intentar limitar el riesgo al mínimo”

“Disponemos de una red de alarma de vigilancia y detección precoz para evitar que estos organismos nocivos foráneos se instalen en territorio europeo, pero es cuestión de tiempo que nos llevemos algún susto”

“Analizando los resultados que ofrece nuestro plan de vigilancia citrícola vemos que cada dos años tenemos que hacer frente a una plaga nueva”

“El consumidor está solicitando mayores restricciones en productos fitosanitarios y la sanidad vegetal avanza hacia un control más orgánico y biológico”

trol biológico que después liberamos en los campos. El sistema está estructurado a través de una red de insectarios colaboradores a los que nosotros proveemos de esos enemigos naturales para que ellos los reproduzcan y los suelten en sus fincas. Las solicitudes recibidas de insectarios colaboradores en este 2021 se ha multiplicado por tres respecto a los últimos años. Esto quiere decir que no solamente nosotros lo estamos promoviendo, sino que esta necesidad está naciendo del propio sector.

Hay entidades que han creado sus propios insectarios bajo nuestra dirección técnica. Primero eligen qué crías quieren realizar, se analizan las condiciones se necesitan para las crías, les ofrecemos formación, y finalmente les suministramos el material para que puedan iniciarlas. Por ejemplo, para la cría del organismo beneficioso *Anagyrus aberiae* hacen falta calabazas infectadas con la plaga *Delottococcus aberiae* para posteriormente poder introducir el *Anagyrus*, que se reproduce sobre la plaga, y luego liberarlo en el campo. En el caso del organismo beneficioso *Cryptolaemus*, se infectan patatas con la plaga de cotonet, sobre esas patatas infectadas soltamos *Cryptolaemus*, que se reproduce

y se suelta posteriormente en las explotaciones.

Estamos llevando a cabo este tipo de estrategias y se nota que existe una demanda creciente por parte del sector en todos los métodos de control biológico.

VF. ¿Qué contactos mantiene con los servicios de sanidad vegetal de otras comunidades y con el Ministerio de Agricultura?

VD. Las relaciones son muy fluidas. Somos un grupo un poco especial, de un perfil técnico. Los profesionales que componen los servicios de sanidad vegetal estamos muy especializados en este campo y solemos estar muchos años dedicados a esta temática. Y lo mismo ocurre en el Ministerio.

Las relaciones son muy buenas y existen mucha coordinación. Tenemos un Comité de Fitosanitarios Nacional en el que mantenemos reuniones periódicas, y cualquier problemática fitosanitaria que surja a nivel de comunidad o de España, se debate, se adoptan acuerdos consensuados y se coordinan las actuaciones a través del Ministerio. Esta coordinación es buena por el bien de todos, porque las plagas no conocen fronteras ni límites entre comunidades.

VF. ¿Y qué contactos mantienen con los productores y empresas del sector?

VD. Con las organizaciones profesionales mantenemos una relación estrecha y, a petición suya, participamos en numerosas jornadas divulgativas en diversos temas de interés relacionados con la sanidad vegetal. En ocasiones, también recibimos visitas de delegaciones de países terceros que quieren recibir nuestras producciones, y hay que contar con el sector para las auditorías que nos realizan previas a la apertura de sus mercados.

Y respecto a las empresas de fitosanitarios, nuestras recomendaciones tienen una gran repercusión en sus intereses, además son firmas con una alta profesionalidad, que cuentan con muchos recursos y personal técnico muy cualificado.

Para los ensayos con nuevos productos hay que contar con la industria fitosanitaria, que son las propietarias de esas nuevas sustancias activas y formulados. Ahora por ejemplo, estamos ensayando nuevos fungicidas para combatir la mancha foliar en el kaki y hay que contar con las empresas de fitosanitarios porque son las dueñas de las moléculas, y son ellas las que deben defender a nivel europeo y nacional que un producto concreto pueda utilizarse en un determinado cultivo.

VF. ¿Invierten las empresas de fitosanitarios en cultivos minoritarios?

VD. A pesar de que la normativa europea intenta facilitar el registro de productos para los cultivos menores, la verdad es que cualquier autorización de productos fitosanitarios en un cultivo requiere una importante inversión. Las empresas de fitosanitarios estudian cuáles serían sus potenciales ingresos y buscan recuperar lo antes posible esa inversión inicial. Por ello, sus prioridades se centran en los cultivos mayoritarios y luego estudian las autorizaciones en producciones menores.

Es cierto que a nivel nacional se ha aprobado un procedimiento de autorización de productos para usos menores y se ha cogido el kaki como un modelo para poder extrapolar los residuos de otros cultivos similares como puede ser el manzano. Es decir, se ha utilizado al kaki como un ejemplo de como se puede agilizar el registro de determinados productos a un cultivo menor. Este procedimiento de extrapolación permite que estudios de distintos insecticidas y fungicidas realizados en manzano se apliquen al kaki.

Y en Europa se está abriendo la posibilidad de que para todos los cultivos menores puedan autorizarse productos sin tantos requisitos de ensayos.

Otro aspecto son las autorizaciones excepcionales. Cuando se detecta que un determinado cultivo no puede hacer frente a un problema fitosanitario con las herramientas que tiene registradas se puede recurrir a estas autorizaciones excepcionales. Pero estas autorizaciones están muy vigiladas por la Comisión, que incluso dispone de indicadores de riesgo armonizados, basados en este tipo de autorizaciones, de manera que pueda comprobarse la evolución de los indicadores en el tiempo a nivel de la UE o de los distintos estados, así como poder comparar entre distintos estados miembros.

Citrosol: los recubrimientos vegetales que abren el mundo a la exportación de cítricos ecológicos

Las soluciones de Citrosol rompen barreras y permiten al sector bio abordar con garantías el reto de la exportación

► CITROSOL.

La gama de recubrimientos vegetales de Citrosol ha supuesto un punto de inflexión en cuanto a los envíos de cítricos ecológicos se refiere. Hasta ahora la inexistencia de dichos recubrimientos certificados para orgánicos suponía un factor limitante en la exportación; pero ahora la innovadora línea que Citrosol inauguró el pasado año con Plantseal® y Plantseal® shine-free rompe dichas barreras comerciales.

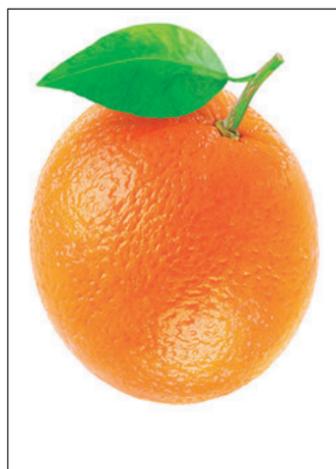
Son los primeros recubrimientos, certificados en ecológico, del mercado y aptos para consumo vegano pues recientemente han obtenido la licencia V-label (el sello vegano); y están funcionando muy bien entre los operadores. Plantseal® y Plantseal® shine-free responden a un sector bio en constante crecimiento que se encuentra con la necesidad de emplear nuevas herramientas con las que poder abordar con garantías el reto de la exportación.

La problemática que encontraban hasta ahora los comercializadores de cítricos ecológicos era la pérdida de peso en la fruta, manchados de piel, daños por frío y envejecimiento. No podían encerar para evitar dichos problemas porque no existían recubrimientos autorizados en bio, pero ahora todo ha cambiado con Plantseal® y Plantseal® shine-free.

■ REDUCIR EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

“La fruta no encerada se deshidrata más rápido, hay pérdida de peso y es más sensible a los daños por frío”, comenta Jorge Bretó, CEO de Citrosol, “con nuestra nueva gama de recubrimientos vegetales logramos reducir al 50% la pérdida de peso, en comparación a la fruta sin recubrir, y aumentamos la vida comercial del fruto, lo cual es muy importante porque estamos contribuyendo así a reducir las mermas en destino de nuestros clientes y, en consecuencia, el desperdicio alimentario”.

Plantseal® y Plantseal® shine-free están compuestas por ceras vegetales, cuyos ingredientes



Nuevas ceras aptas para bio. / CITROSOL

“Con nuestra nueva gama de recubrimientos vegetales logramos reducir al 50% la pérdida de peso y aumentamos la vida comercial del fruto, reduciendo las mermas”

activos están extraídos de plantas y no se someten a ningún tipo de alteración química, lo que asegura que no se estimule el desarrollo de los patógenos fúngicos causantes del podrido de los cítricos. De este modo los cítricos con este tipo de recubrimientos alargan su vida comercial en el estante de los supermercados, garantizando su seguridad alimentaria y manteniendo todo su sabor y frescura

“El proceso de fabricación de Plantseal® y Plantseal® shine-free es físico, no químico. No necesitamos hacer modificaciones ya que nuestro ingrediente activo es probablemente la mejor cera vegetal que la naturaleza ha creado para disminuir la pérdida de agua de los tejidos vegetales y ralentizar su respiración. Hemos intentado imitar a la naturaleza. Parece que hemos tenido éxito porque Plantseal® y Plantseal® shine-free incrementan sustancialmente la

vida comercial de los frutos”, describe Jorge Bretó.

■ CARACTERÍSTICAS DE PLANTSEAL® Y PLANTSEAL® SHINE-FREE

Ambos recubrimientos otorgan un brillo natural, y en el caso de Plantseal® shine-free la presencia del recubrimiento en el fruto es casi imperceptible. Por ejemplo, en el limón se retrasa el ennegrecimiento del mamelón (*blossom end*) de algunas variedades que presentan esta problemática, con lo que se dilata el envejecimiento del fruto y sus consecuentes mermas. Y de cara al consumidor esa segunda piel es inapreciable. Este hecho es altamente importante pues existe una demanda cada vez más creciente de fruta con apariencia “natural”, por ejemplo, el limón se utiliza mucho en la cocina, la piel en repostería o el limón entero para cocktails, si la piel lleva un encerado muy brillante puede no ser del agrado del consumidor y esto lleva a que muchos mercados y consumidores estén demandando fruta con un brillo “natural”.

El aspecto de los cítricos ecológicos puede equipararse a los tratados con ceras convencionales cuando se utilizan los recubrimientos se obtiene, además, un control que es excelente en los machados ocasionados por daño por frío; e igualmente un control de la pérdida de peso, muy superior al de otras ceras habituales de goma laca y polietileno.

Estos recubrimientos vegetales no necesitan una mayor temperatura ni tiempos de secado de la fruta, contribuyendo así a la sostenibilidad y a la reducción de la huella climática (huella de carbono). Tampoco requieren cambios en la maquinaria ni en las instalaciones del cliente, con lo que no necesitan ningún tipo de inversión en la central hortofrutícola.

Plantseal® y Plantseal® shine-free se desarrollan dentro del concepto Biocare by Citrosol de soluciones ecológicas para el sector cítrico. Recientemente Citrosol ha desarrollado el recubrimiento Plantseal® Tropical, idóneo para aguacates y mangos.



La asamblea de Origen España ha vuelto a ser presencial. / IGP CV

La IGP ‘Cítricos Valencianos’ continúa apostando por Origen España

La Asamblea General de Origen España vuelve a ser presencial en la etapa postcovid

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La IGP ‘Cítricos Valencianos’ ha participado en la Asamblea General de Origen España, celebrada en Madrid en el centro de reuniones Torre Ombú. Origen España es la asociación que aglutina a las denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas más importantes de todo el país (<https://origenespana.es/>).

Según explica el director gerente de IGP ‘Cítricos Valencianos’, José Enrique Sanz, “para IGP Cítricos Valencianos es muy importante volver a participar de forma presencial en dicha Asamblea por todo lo que supone Origen España a la hora de coordinar, proteger y promocionar a las figuras de calidad y su sello”.

Además, el responsable gerencial de Cítricos Valencianos ha añadido que “Origen España va ganando peso, registrando ya 68 entidades asociadas, representando las mismas un 80% del valor económico de las figuras de calidad españolas. Prueba de ello es la representatividad de la Asociación como interlocutor único en distintas entidades de rango superior tanto a nivel nacional como europeo, convenios firmados, fortalecimiento frente al fraude, etc...”

■ ABRE LOS OJOS ¡DISFRUTA!

Además, José Enrique Sanz añade que “cabe recordar que está en marcha la campaña promocional ‘Abre los ojos ¡Disfruta!’, <https://abrelosojosydisfruta.es/>, impulsada por Origen España y la Comisión Europea, para acercar a los consumidores las ventajas de consumir productos agroalimentarios con sellos de



Campaña promocional. / IGP CV

calidad, con la finalidad de que los conozcan, puedan reconocerlos y cuyo objetivo es que entiendan su significado y valor. Esta iniciativa promocional tiene tres años de duración, cofinanciada por la Unión Europea.”

Al mismo tiempo, José Enrique Sanz comenta también que, “en breve, dentro de dicha campaña promocional, vamos a poner en marcha una acción estratégica que va a dar una gran visibilidad a los alimentos con DOP e IGP, con el objetivo de que los consumidores reconozcan los logotipos de los sellos de calidad y las ventajas que ofrece un producto certificado y diferenciado”.

Igualmente, Sanz ha hecho especial hincapié en que “lo que se refiere a nuestra IGP, esta campaña nos va a permitir acercarnos más al consumidor y que conozca de primera mano las cualidades de los cítricos valencianos y nos permita diferenciarnos respecto al producto de terceros países”.

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



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



FOMESA FRUITECH

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

Lleida

Valle del Cinca

Información elaborada por Óscar Ortega

valencia
fruits

Suplementos

Junio 2021



TERESA JORDÀ / Consejera de Acción Climática, Agricultura y Alimentación de la Generalitat de Catalunya

“Hay que adecuar la oferta a la demanda que existe en el mercado de fruta de hueso”

Las políticas que afectan al sector agrario, un repaso de la campaña de fruta de hueso, la influencia de la COVID-19, y la presencia de Cataluña en la próxima edición de Fruit Attraction son algunos temas que trata Teresa Jordà, consejera de Acción Climática, Agricultura y Alimentación de la Generalitat de Catalunya. En la entrevista Jordà, que repite funciones con el nuevo gobierno de la Generalitat de Catalunya, también apunta los motivos del cambio de nombre de la consejería.

Valencia Fruits. Nuevo gobierno de la Generalitat de Catalunya y usted repite en materia de agricultura —felicidades por el nombramiento— pero han cambiado el nombre a la consejería. ¿A qué se debe?

Teresa Jordà. Por dos motivos, nuestro sector ni puede ni debe permitirse dar la espalda a lo que está pasando en Europa. Ahora mismo en Europa “se están cocinando” tres grandes políticas europeas que afectan a la producción de alimentos:

el Green Deal, el Farm to Fork y la PAC. Nosotros desde Cataluña queremos conseguir implementar con éxito estas tres políticas y para ello necesitamos un departamento que integre a todos los actores de la acción climática (Green Deal), la producción de alimentos (Farm to Fork) y la elaboración a la ordenación

“El Gobierno ha aprobado recientemente el Plan Estratégico de la Alimentación en Cataluña”

“La COVID-19 ha propiciado el impulso y el interés por los productos de proximidad”

territorial (PAC). Además, todo esto mejorará la eficiencia de recursos, la alianza y la fluidez en la comunicación de los acto-

res que en muchas ocasiones se han dado la espalda porque no han compartido una visión común ni estratégica de las políticas europeas ni de los problemas comunes que tienen. Ahora compartirán, bajo el mismo departamento, las mismas políticas, presupuesto, directrices, visión compartida. Y eso es importante.

VF. En clave fruta y hortaliza, ¿líneas maestras para los próximos años?

TJ. El Gobierno ha aprobado recientemente el Plan Estratégico de la Alimentación en Cataluña que pretende impulsar el Pacto Nacional para la Alimentación en Cataluña.

En este Plan se incluyen medidas dirigidas a mejorar el equilibrio en la cadena de valor de estas producciones. También se pretende incrementar la sostenibilidad, el consumo de proxi-



Teresa Jordà, consejera de Acción Climática, Agricultura y Alimentación. / GC

#MotorCooperativo

el impulso que nos mueve

www.fruitsponent.com



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

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

Tel.: +34 96 155 00 21

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

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



midad y la mejora del conocimiento de los beneficios que tienen para la salud este tipo de alimentos. Entre las medidas propuestas se encuentran la aprobación de una Ley de contratación pública alimentaria y la creación de una marca de garantía propia.

VF. *Estamos en plena campaña de fruta de hueso. ¿Una valoración desde la consejería?*

TJ. Las condiciones meteorológicas este año han provocado un descenso en la producción que se ha de reflejar en los precios. Venimos de una crisis de precios durante varios años que han sido muy difíciles para los productores y donde hemos tenido que aplicar medidas estructurales que esperamos produzcan la recuperación del sector.

“La meteorología este año ha provocado un descenso en la producción de fruta de hueso”

“Los arranques son una de las medidas estructurales para la recuperación del sector frutícola”

VF. *Se están produciendo arranques y cambios de cultivo de fruta de hueso a otros cultivos, ¿por qué?*

TJ. Porque los arranques son las medidas estructurales que le comentaba. El sector se está autorregulando, tanto por las medidas que estamos impulsando como por la conciencia que está tomando. Hay que adecuar la oferta a la demanda que existe en el mercado de fruta de hueso.

VF. *Parece que gana importancia el origen del producto, y más con la pandemia de la COVID-19. Frutas con Denominación de Origen Protegida como Pera de Lleida y Poma de Girona, ¿ganan posibilidades del mercado?*

TJ. Efectivamente la pandemia ha reforzado la importancia que un segmento cada vez mayor de los consumidores da al origen de los productos. En este sentido, si bien la crisis causada por la COVID-19 ha sido muy perjudicial para el sector primario por el cierre y restricciones sufridos por el canal Horeca, también ha propiciado el impulso y el interés por los productos de proximidad y de producción más cercana, así como la implementación de circuitos alternativos de distribución.

Nuestros productos con indicaciones geográficas (DOP e IGP) son el máximo exponente de producciones locales ligadas al territorio, tienen avalado su origen por una certificación estricta, por ello deberían poder aprovechar esta nueva dinámica de compra y preferencia de los consumidores.

VF. *Siguiendo con la COVID-19, ¿cómo afrontan esta campaña de fruta de hueso? ¿Hay un elevado porcentaje de trabajadores vacunados?*

TJ. Esta campaña a diferencia de la anterior no preveo dificultades a la hora de contratar temporeros. La producción será inferior debido a las heladas del mes de marzo y abril que afectaron mucho el área de Lleida.

Valoramos positivamente que los temporeros se hayan vacunado con Janssen, ya que el hecho de que sea monodosis contribuye a rebajar el riesgo y esto ayudará al correcto desarrollo de la campaña de la fruta.

VF. *Hablemos de la próxima edición de Fruit Attraction,*

una de las ferias de referencia del sector hortofrutícola a nivel internacional. ¿Qué objetivos persigue la marca Cataluña?

TJ. Seguimos apostando por la feria. Se trata de la decimotercera edición de esta feria internacional del sector de fruta y hortaliza, una gran plataforma comercial que durante tres días (del 5 al 7 octubre) fomenta intensas relaciones comerciales entre el tejido empresarial que quiere dinamizar su actividad promocional con el canal de distribución internacional.



Jordà apunta los motivos del cambio de nombre de la consejería con el nuevo gobierno. / GC

En esta edición y como consecuencia de la COVID-19 se prevé una definición de protocolos y normativas que afectarán al aforo así como a menos asistencia presencial de compradores internacionales. No obstante, y para compensarlo, la organización ferial ha previsto un refuerzo con la plataforma online, incorporando la participación omnicanal con nuevos servicios tecnológicos y propuestas de valor que permitan incrementar el alcance y penetración de la utilidad comercial de Fruit Attraction.



“ Cuando eliges frutas y verduras BOUQUET ... DAS VIDA PARA EL CAMPO ”



Comprando BOUQUET das más RACIONES DE VIDA PARA EL CAMPO

Y más valor a lo nuestro. A lo tuyo.

- ◆ Afianzas la POBLACIÓN al MEDIO RURAL
- ◆ Limitas el ABANDONO de CAMPOS
- ◆ Facilitas el RELEVO GENERACIONAL

Otras iniciativas en >>> bouquet.es

RACIONES DE COOPERACIÓN · LIBERTAD · RECONOCIMIENTO · VALENTÍA · FUTURO

MANEL SIMON / Director general de Afrucat

“La menor producción va a ir a favor del nivel de calidad y gustosidad de nuestros productos”

Con estas declaraciones Manel Simon, director general de la Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña (Afrucat), pone de relieve uno de los aspectos positivos de esta campaña de fruta de hueso de la zona de producción de Lleida, marcada por las fuertes heladas de marzo.

Valencia Fruits. Una valoración cualitativa de la previsión de campaña de fruta de hueso en Cataluña.

Manel Simon. Esta campaña de fruta de hueso en Cataluña está marcada, sobre todo, por las heladas de los días 22 y 23 de marzo. Estas heladas trucaron una producción que por el nivel de floración hubiera sido importante. En concreto nos obligó a recortar un -11% respecto la producción del verano 2020, que ya fue muy baja. En comparación a la media de los últimos 5 años, la producción de este verano 2021 será de un -34% inferior, y respecto a nuestro potencial, un -43%.

Con esta campaña ya son dos las reducciones productivas a causa del granizo o las heladas. Por esta razón deberemos potenciar los sistemas de protección de cultivos para asegurar y normalizar nuestras cosechas.

A nivel cualitativo debemos saber que Cataluña, y especialmente Lleida tiene una condición edafoclimática ideal para estos cultivos. Las horas frío necesarias invernales (donde debemos tener en cuenta nuestras nieblas) se cubren de sobras, y así se garantiza una buena sanidad



Manel Simon, director de Afrucat, frente a la sede de Afrucat. / ARCHIVO

de nuestros árboles, un buen nivel productivo y una consistencia de nuestros productos. Por otro lado, el momento de precocidad de nuestros productos, junto con las altas temperaturas de verano, hacen promocionar los azúcares en nuestros melocotones, nectarinas y fruta plana de una forma envidiable a nivel europeo. Estamos en la cuna de la fruta dulce, y este año

“Nuestras empresas son un ejemplo, y para mí un orgullo, por su lucha, disciplina y tesón”

“Lleida tiene una condición edafoclimática ideal para el cultivo de fruta de hueso”

no lo va a ser menos. La menor producción va a ir a favor del nivel de calidad y gustosidad de nuestros productos. Os invito a degustar alguna nectarina R's, o una Bigtop, un melocotón plano en julio o agosto. El “momentum” de la fruta de hueso.

A nivel europeo, no estamos solos en estas afectaciones. También se trata del segundo año consecutivo de afectación de fuertes y contundentes heladas. Este verano se recolectarán un -36% de melocotones y nectarinas en Europa, -46% en Italia, -47% en Grecia y -42% en Francia. La peor producción de los últimos 25 años. Se presenta por tanto un verano con falta generalizada de producto, y por tanto vislumbramos una comercialización fluida, selección de mercados y clientes, y por supuesto... esperemos que con precios correctos. Pero otra cosa serán los resultados. Cada empresa y agricultor, dependiendo de su nivel productivo, los precios y los seguros, deberán hacer el balance a final de verano. Trabajaremos para que sea positivo, es nuestra obligación.

VF. ¿Cómo está posicionada la fruta de hueso catalana en el conjunto de Europa?

MS. Como antes mencioné, la condición edafoclimática de Cataluña hace que tengamos unos melocotones y nectarinas consistentes para su distribución logística y con una facilidad extraordinaria para la promoción de los azúcares. En definitiva, un producto excelente que así ha sido valorado por nuestros clientes y por el mercado. De esta forma estamos liderando el posicionamiento en el mercado con calidad, con sabor y con rendimientos muy competitivos, resultado de una muy buena adaptación de estos cultivos en nuestro territorio.

Cataluña superó en producción en 2008 a Francia y a Grecia (recordemos que sin contar las pavías), y a partir de ese momento y en paralelo a nuestro reposicionamiento en los mercados escalamos productivamente hasta las 600.000 toneladas de nuestro potencial. Por supuesto esta evolución productiva fue la consecuencia de una muy buena aceptación de nuestros productos en el mercado.

“Desde Afrucat estamos trabajando en ampliar nuestros destinos de exportaciones”

Nuestras exportaciones también evolucionaron considerablemente. En 2005, año en que España superaba en exportaciones por primera vez a Italia, desde Cataluña superábamos las exportaciones de Francia y Grecia, y en 2013 superamos a las exportaciones italianas. Hoy en día, el 40-50% de las exportaciones españolas se realizan desde Cataluña. Sin duda un cambio espectacular, pero a cambio también de reducir nuestro potencial en manzana y pera en algunas zonas donde la adaptación de la fruta de hueso, sin duda era mucho mejor. A mediados de abril presentaron Infolineal. Un estudio sobre la presencia de manzana española en los lineales de las grandes superficies y supermercados. Un breve resumen de las conclusiones y por qué optaron por realizar este tipo de estudio.

En Afrucat, entre otras cosas, gestionamos datos. Para nosotros la observación de los mercados es capital e innovamos continuamente en nuestras monitorizaciones para entender, adelantarnos o propiciar, cambios en el mercado. Entre otras herramientas, hace unos 6 años creamos Infolineal, que próximamente podremos ofrecer a empresas no socias mediante una empresa de comercialización con las que estamos trabajando.

En Infolineal llevamos más de 15.200 referencias observadas en más de 70 supermercados que operan en el territorio español. Se trata de una observación de los productos frutícolas, precios, formatos, orígenes...

Nos interesa evaluar la competencia, observar tendencias, y también analizar el buen o mal posicionamiento de nuestras frutas. En concreto, en manzanas y peras, en nuestro país existe una gran penetración de orígenes como

Cera Trap
“LISTO PARA USAR”

Bioiberica

Inspeccionado por **ECOCERT** INSUMOS

REGISTRO FITOSANITARIO N°: 24.937

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

Producto utilizable en Agricultura Ecológica según el Reglamento CE n° 834/2007 y 889/2008. Control ECOCERT S.A. F - 32600.

www.planthealth.es

Francia, Italia, Bélgica u Países Bajos, pero... cada día un poquito menos.

Observamos un cambio en los orígenes ofertados, seguramente por una mayor sensibilidad de nuestro consumidor por la proximidad, por nuestros productos, y esto creemos que será potenciado por la pandemia. En concreto, y observando la variación del reparto entre origen nacional o importación entre 2015 y 2021, vemos como en manzana en Zaragoza, Madrid, Barcelona y Lleida se ha crecido en oferta de manzanas nacionales. Y todo y que el posicionamiento de nuestras peras es mejor, también se está mejorando nuestra posición.

VF. ¿En qué proyectos están inmersos?

MS. Estamos trabajando en ampliar nuestros destinos de exportaciones propiciando las misiones "online" por temas de la COVID-19. También hemos definido la estrategia de inversiones que nuestras empresas deberán realizar en los próximos 5 y 10 años para

"Las heladas truncaron una producción que por el nivel de floración hubiera sido importante"

afrontar los cambios que vienen y seguir siendo competitivos. Sin dudas, la digitalización, la automatización, las energías renovables, la sostenibilidad, el cambio climático y la responsabilidad social serán claves en una empresa frutícola líder como queremos seguir siendo.

VF. ¿Entre esos proyectos se encuentra participar en Fruit Attraction de forma presencial? ¿Puede avanzar qué objetivos se plantean en esta edición?

MS. Por supuesto, en línea con los indicadores de la COVID-19, la vacunación y la robustez de las medidas de prevención ya del todo asimiladas, nuestras empresas comienzan a abrirse a encuentros físicos. Y así sucederán con Fruit Attraction. Nuestras empresas estarán presentes, algunas como expositoras, otras visitando. Y como siempre nuestra feria será un punto de encuentro con proveedores y clientes, que mejora las relaciones, que se define como uno de los puntos de programación de campaña. Fidelización de nuestros clientes y mostrarnos como un robusto y fiable proveedor de fruta dulce a nuevos, será nuestro objetivo.

VF. Hablando de la COVID-19, ¿cómo han soportado sus asociados este período de pandemia?

MS. Sin lugar a dudas ha sido duro y complicado. En poco tiempo olvidaremos las complicaciones y nos quedaremos con el recuerdo histórico pero nuestras empresas, como todo el sector hortofrutícola, no ha podido parar, no se ha podido aislar. Nos hemos protegido, hemos limpiado más que nunca si cabe, desinfectado como en quirófanos, hemos aprendido a gestionar de forma diferente las líneas productivas, hemos trabajado con

nuestra administración local para definir lugares de confinamiento, hemos alimentado a los confinados, hemos trabajado cada día como si fuera el último, sin mirar el reloj, esto lo íbamos a superar. Y así fue. Nuestras empresas son un ejemplo, y para mi un orgullo, por su lucha, disciplina y tesón. Tuvimos positivos, sí los esperábamos, contagiados socialmente, y detectados por nuestras constantes analíticas. Pero cribamos, colaboramos con Salud Pública de la Generalitat de Catalunya, implementamos sistema para

convertir a nuestras centrales en grandes búnkers de seguridad para el trabajador.

Fue duro, intenso, pero enriquecedor para el futuro, hemos ganado todos, simplemente por el aprendizaje. Pero todo ha cambiado, algunos ni están, no lo superaron, y otros hemos tenido la suerte de contarlos. Sí algo ha cambiado en nuestro interior.

VF. Ya han anunciado que para octubre cambio en la presidencia, ¿a qué se debe?

MS. La presidencia de Afrucat se renueva cada 4 años. Esta última andadura



Este año habrá menos fruta pero más calidad / AFC

será culminada por Francesc Torres de Actel Grup el próximo octubre. La Junta Directiva de Afrucat, en vistas a planificar el relevo, acordó en mayo el relevo a manos de Montse Baró de la empresa Baró e Hijos SL. Una empresa histórica del sector frutícola catalán, productores y exportadores.

Por lo tanto un cambio natural, previsto en nuestros estatutos, y acordado por el seno de nuestras empresas, que sin lugar a dudas aportará frescura y más modernidad a nuestra organización.

LA COMA

by
Sant Miquel

SABIDURÍA & TALENTO EN FRUTA DE HUESO

“

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

Compromiso contigo y la fruta



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

Fruits Sant Miquel, s.l.

España
Tel +34 973 797 840
info@lacoma.biz

www.lacoma.biz



El Consell Català de la Producció Integrada prepara la campanya promocional del verano

El CCPI adaptará las acciones de promoción de verano, centradas en la fruta de hueso, al momento de la pandemia y a las directrices de las autoridades sanitarias

Dar a conocer y explicar al consumidor las características de los productos de producción integrada es el objetivo principal de las campañas del Consell Català de la Producció Integrada (CCPI). Este objetivo descansa sobre tres patas, todas con la misma relevancia. Que son alimentos de Cataluña, que se han producido mediante métodos respetuosos con la salud humana y el medioambiente, y que sus beneficios están garantizados mediante una certificación oficial.

■ CERTIFICADO

En cuanto a esta certificación reseñar que el Consell Català de la Producció Integrada apuesta por una producción de calidad con garantía certificada. En este sentido, los productores, elaboradores y envasadores de los alimentos están obligados a cumplir todas las condiciones fijadas en las normas técnicas de producción establecidas para cada cultivo, como la obligación de llevar un cuaderno de explotación y, en su caso, un cuaderno de postcose-



Una imagen de las promociones de fruta catalana de producción integrada. / CCPI

cha, que recogen las anotaciones de todas las intervenciones realizadas sobre el cultivo y los productos. Así se controla la historia de los alimentos desde el campo hasta el punto de venta (trazabilidad). La calidad y la seguridad de los alimentos está garantizada con la concesión de una certificación oficial que incluye la imagen de una mariquita que es el distintivo de la producción integrada en Cataluña.

■ FRUTA DE HUESO

Un año más desde el CCPI se activarán las campañas de promoción de verano e invierno. La de verano, como es habitual, está centrada en fruta de hueso (melocotones, nectarinas, paraguayos, cerezas...) y se desarrollará en diversos establecimientos de las cadenas de supermercados de Plusfresc y Carrefour de las cuatro demarcaciones de Cataluña, y este año como novedad también de Bon Preu y Esclat para dar mayor alcance a la promoción.

Resaltar que la fruta dulce, junto con el olivo, es el cultivo

principal de la producción integrada. La idea es recuperar el número de horas de promoción de antes de la pandemia.

■ LOS MESES DE VERANO

A mediados de junio y si las restricciones sanitarias derivadas de la irrupción de la COVID-19 lo permiten, la intención del Consell es recuperar las degustaciones de producto que es la mejor manera de promocionar estos productos entre el gran público.

Es la azafata quien se encarga de invitar a degustar y quien informa a los consumidores sobre el significado de este sistema productivo sostenible, recordando que los productos producidos según las pautas del CCPI están identificados con el logotipo de una mariquita que simboliza el respeto por la fauna y la flora locales, y también por el agricultor y el consumidor.

Si no es posible la degustación, la promoción seguirá la metodología del año sin contacto con el producto pero sí con las explicaciones e informaciones de las azafatas. Esta campaña está programada para los meses de julio y agosto.

■ RADIO Y REDES SOCIALES

Esta campaña promocional contará además con el apoyo de cuñas publicitarias en radio donde se informará a los oyentes sobre qué es la producción integrada y sobre la promoción que se hace a los supermercados, y también contará con presencia en redes sociales, en especial Instagram, para cautivar el perfil de consumidor habituado a moverse por las plataformas sociales.

DYM

Diego Martínez

FRUTAS Y VERDURAS

IMPORT EXPORT

MERCABARNA

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

DIEGO MARTÍNEZ / Director general de Grupo DM

“Será una campaña muy satisfactoria para productores y comercializadores”

Las manifestaciones de Diego Martínez, director general de Grupo Martínez, empresa ubicada en la unidad alimentaria de Mercabarna, radian optimismo para los agentes del sector en cuanto a la comercialización de fruta de hueso de Cataluña así como el resto de la campaña de producción nacional. Algunas particularidades de los mercados de destino y la fluidez y el dinamismo de las ventas son otros temas sobre los que habla Martínez.

Valencia Fruits. Dentro de su oferta de fruta de hueso, ¿que significa contar con fruta de hueso de Lleida y Valle del Cinca?

Diego Martínez. Para nosotros es una buena campaña porque enlazamos con la de Murcia y nos permite ofrecer continuidad de oferta a nuestros clientes. El mercado presenta una demanda muy importante de producto y el nivel de precio que estamos consiguiendo es muy aceptable. Hoy por hoy podemos determinar que la fruta se está vendiendo muy bien.

“Hoy por hoy podemos confirmar que la fruta de hueso se está vendiendo muy bien”

“El inicio de la temporada 2021 de fruta de verano ha sido muy bueno”

En general, remarcar que el inicio de campaña de fruta de hueso ha sido muy bueno desde las producciones de Huelva, Sevilla y Murcia.

Creo que será una campaña muy satisfactoria para todos, tanto para productores como comercializadores.

VF. Siguiendo con los mercados y bajo su experiencia, ¿mercados diferentes, demandas diferentes?

DM. Cada mercado tiene sus particularidades. Por ejemplo, el sur de Italia prefiere melocotón amarillo; en cambio otros destinos como Francia y Alemania, no. Otro ejemplo, las cadenas de supermercados alemanas e inglesas optan por calibre pequeño; sin embargo la tendencia de España y Cataluña es calibre grande.

En definitiva, cada variedad y calibre tiene su mercado.

VF. Las estimaciones de producción apuntan a otro descenso de volumen por segundo año consecutivo en la línea de las otras zonas de producción europeas. ¿Cómo afectará a su comercialización? ¿Faltarán frutas?

DM. Las previsiones indican que alrededor del 15 de julio al 15 de agosto habrá un pequeño bache con menor cantidad de fruta. Aún así resaltar que en esta cam-

paña toda fruta que entra en el mercado se vende y, muy importante, a un precio bastante aceptable.

La fruta no se acumula sin solapamiento entre va-



Diego Martínez en su despacho en las oficinas de Grupo Martínez en Mercabarna. / ARCHIVO

riedades, siendo una venta dinámica y activa.

VF. En cuanto a variedades y con la tendencia del consumidor a “comer mejor” como consecuencia de la COVID-19. ¿Continúa la tendencia al alza de consumo de fruta?

DM. Soy de la opinión que la demanda sigue existiendo. Luego, al ser una campaña, la de fruta de hueso de Cataluña, con menor volumen de producción en relación al pasado año por las heladas de marzo y abril el mercado está absorbiendo muy bien la cantidades de producto.



... LOS QUE PREFIEREN
LA CALIDAD
Y UTILIDAD
DOMPLEX



PLASTIDOM
Plásticos Industriais e Domésticos, S.A.

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

www.plastidom.pt

FRANCESC PÀMPOLS / Gerente de Pampols Packaging Integral

“Nuestros clientes exigen envases que respeten el medio ambiente y reduzcan la huella de CO2”

La alianza con Markem-Imaje, empresa puntera en soluciones de identificación y trazabilidad de productos; la demanda de los productores de fruta en cuanto al tipo de envase; y la preocupación por la correcta trazabilidad son algunos de los temas que comenta Francesc Pàmpols, gerente de Pampols Packaging Integral, en la entrevista.

Valencia Fruits. ¿Con clientes en la zona productora del Valle del Ebro, con Lleida y Fraga a la cabeza, ahora a pleno rendimiento, enumere las principales exigencias de estos clientes que solicitan a Pampols?

Francesc Pàmpols. En líneas generales los clientes confían en nuestra experiencia para ofrecer buenos productos, de gran calidad y con precios competitivos. Además, en un mercado cada vez más globalizado, resulta imprescindible para las empresas tener una correcta codificación e identificación de los productos para garantizar una buena trazabilidad y evitar así una caducidad de etiquetaje. Son muchos los sectores que necesitan identificar su mercancía durante su producción, su transporte o su comercialización. Un ejemplo claro es la industria alimentaria.

VF. ¿Y cómo garantizan la trazabilidad del producto?

FP. Somos distribuidores oficiales de Markem-Imaje, empresa puntera en soluciones de identificación y trazabilidad de productos. Con esta alianza, Pampols comercializa los sistemas de impresión de Markem-Imaje en Aragón, Lleida y Baleares. Marcar el código de barras, la fecha de caducidad, el número de lote, el logotipo de la marca o las especificaciones técnicas de los productos son algunas de las peticiones de identificación más recurrentes de nuestros clientes. Pero las posibilidades de marcaje son infinitas tanto para el propio producto como para el embalaje del mismo. Utilizan la tecnología punta como la impresión láser; la transferencia térmica y los chorros de tinta de los equipos de codificación.

Esta alianza es una apuesta de valor porque los clientes piden una mayor automatización y tra-

zabilidad de sus lotes de productos y embalajes.

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

FP. Por lo general, los operadores de fruta demandan un packaging atractivo y a la vez competitivo, que preserve las condiciones del producto el mayor tiempo posible.

Cada material tiene sus propiedades y en Pampols asesoramos a nuestros clientes según las necesidades concretas de cada fruta y de las condiciones de conservación y transporte

“El mercado pide una mayor automatización y trazabilidad de sus productos y embalajes”

“Los clientes confían en nuestra experiencia para ofrecer buenos productos”



Pampols presenta nuevos envases ecosostenibles. / PAMPOLS PACKAGING INTEGRAL

Certificaciones

“Las necesidades de los clientes marcan el rumbo de los sectores económicos. Mantener en vigor las certificaciones ISO 9001 y BRC Broker and Storage&Distribution, certificaciones internacionales de referencia en el sector del packaging alimentario, nos ayuda a garantizar unos altos estándares de calidad”, así describe Francesc Pampols la apuesta de Pampols Packa-

ging Integral por las certificaciones y, de pasada, avalan su metodología de trabajo.

Y añade que “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”. ■



Francesc Pàmpols es optimista de cara a la campaña de verano. / ARCHIVO

del producto. Asimismo, cada vez los clientes demandan más un servicio integral. Desde Pampols les prestamos asesoramiento y un servicio global, ágil y competitivo a través de nuestro equipo técnico y comercial con una amplia experiencia.

VF. En relación a soluciones de envase y embalaje, ¿qué prestaciones solicitan sus clientes?

FP. Es cierto que cada vez más los clientes exigen envases que respeten el medio ambiente y que reduzcan la huella de CO2. En este sentido los productos más solicitados son las cestas termoselladas, las cestas de papel kraft y las bolsas de papel

para la exposición y venta en lineales de los supermercados. Todos ellos son packagings sostenibles. En cambio, para la exportación de frutas y hortalizas a mercados lejanos, nuestros clientes recurren a las bolsas de atmósfera modificada y las fundas para palets para garantizar la conservación óptima de las condiciones de la fruta y las hortalizas durante su transporte.

VF. En una reciente entrevista comentaba que uno de sus objetivos es acortar tiempo en su respuesta frente al cliente. ¿Cómo lo consiguen?

FP. En Pampols podemos garantizar una gran cantidad de stock de productos y además nos anticipamos a la evolución del mercado gracias a la estrecha relación que mantenemos con los supermercados.

A nivel estratégico, nuestro principal objetivo sigue siendo crecer al lado de nuestros clientes y encontrarles soluciones que se ciñan a sus necesidades, tanto a nivel de envases como en equipos de final de línea para automatizar procesos y hacerles más fácil toda su gestión de materiales.

VF. Como la anterior, esta campaña también viene marcada con la COVID-19. ¿Cómo influye en la manera de trabajar en Pampols?

FP. Nos tomamos muy en serio que se cumplan los protocolos exigidos a raíz de la pandemia. Se han reforzado las medidas de precaución y todo el personal de la empresa sigue rigurosamente el protocolo de seguridad e higiene a la hora de manipular cualquier envase o producto con guantes y mascarilla. En cuanto al transporte y la entrega de las mercancías cumplimos con todas las medidas de seguridad establecidas por los organismos de Sanidad.



S.A.T. LA CLAMO
1247 CAT

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

Fruta dulce

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

CARLOS LOZANO / Director comercial de Fruits Sant Miquel

“En todas las plantaciones, los productores conocen bien sus tierras”

Calidad y sabor de la fruta, oferta de fruta de hueso durante toda la campaña nacional y su compromiso con el productor son tres patas sobre las que se sustenta la filosofía de Fruits Sant Miquel. Desde la aparición de la COVID-19 puso la seguridad de sus trabajadores y socios productores como prioridad máxima. “Todo para ser cada día aún más competitivos y mejores”, resumen Carlos Lozano, director comercial de Fruits Sant Miquel.

■ PREVISIÓN

La previsión de Afrucat, Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña, de fruta de hueso en Catalunya apunta a una disminución del 11% de la cosecha en relación al 2020, que ya fue un año con una bajada del 33% sobre el 2019. Francia e Italia, producciones relevantes de fruta de hueso en Europa, oscilan en previsiones similares.

Carlos Lozano, que junto a sus hermanos Jaume y Joan Lozano son la tercera generación en la compañía, analiza que “la pérdida de fruta en los árboles puede implicar una mejora, si cabe, de su calidad”.

“La pérdida de fruta en los árboles puede implicar una mejora, si cabe, de su calidad”

“Los socios productores buscan el punto óptimo de recolección de nuestra fruta”

Desde la óptica de esta empresa, con estos números la perspectiva de campaña continúa la línea del año anterior porque cuenta también con plantaciones repartidas por Andalucía, Extremadura y Murcia que palían, en parte, ese descenso.

Aunque la cuna de Fruits Sant Miquel radica en Lleida y Valle del Ebro desde hace ya algunos años, bajo la idea de ofertar fruta de hueso durante toda la campaña nacional, ha ido ampliando sus plantaciones a otros territorios que reúnen las condiciones idóneas para el cultivo de determinadas variedades de fruta de hueso.

■ EL PRODUCTOR

“En todas las plantaciones los productores conocen muy bien sus tierras y cultivos, siendo una figura indispensable para nosotros”, afirma Lozano.

Continúa afirmando que “los socios productores buscan el punto óptimo de recolección de nuestra fruta” y

añade que “queremos poner en valor el gran esfuerzo y sacrificio de los agricultores para que la fruta de calidad llegue al consumidor”.

■ FLUIDEZ

En clave comercialización, Carlos Lozano intuye “una

campaña fluida sin solapamientos entre fruta de distintas zonas productoras” y certifica que “el objetivo es intentar garantizar un precio óptimo y estable a nuestros productores”.

Los últimos años desde La Coma by Fruits Sant Miquel

trabaja potenciando nectarina, paraguayo, melocotón y albaricoque entre su oferta de fruta de hueso y, en concreto, en aquellas variedades que son aceptadas por el consumidor y puedan cultivarse según las características agroclimáticas de sus plantaciones.



Carlos Lozano de Fruits Sant Miquel. / ÓSCAR ORTEGA

TRATAMIENTO POSTCOSECHA PARA FRUTA DE HUESO



¿QUÉ OBTENDRÁS CON SANI-FH L?

Reducirás las reclamaciones.

Incrementarás el porcentaje de fruta comercial.

Mejorarás el aspecto visual de tu fruta.





Fruits de Ponent sigue avanzando hacia un ecosistema cooperativa sostenible. / FRUITS DE PONENT

SANTI BONET / Director de comunicación de Fruits de Ponent

“A manos del consumidor debe llegar calidad y sobre todo sabor”

Los responsables de Fruits de Ponent describen la campaña de fruta de hueso de la zona productora de Lleida y Valle del Ebro como “una campaña con mucho menor volumen, quizás la bajada más importante de la última década, a causa de la climatología del pasado invierno y primavera” y analizan que “estamos cada año más sometidos a los efectos del cambio climático y hay que ir adaptando nuestros campos a todo ello con medidas de protección antiheladas, redes antipiedra...”.

■ CALIDAD Y SABOR

El Grupo Cooperativo de Fruits de Ponent destaca por ser referencia en la producción y comercialización de fruta de hueso en Europa. En cuanto a variedades comentan que “las variedades han ido evolucionando hacia aquellas que demanda el consumidor. En la actualidad tampoco hay tantos cambios bruscos en estas, sino perfeccionamiento en el sabor, calibre, textura...”. En este sentido, su director de comunicación, Santi Bonet, afirma que “lo que está claro es que, independientemente de la variedad, a manos del consumidor debe llegar calidad y sobre todo sabor. En esto no podemos fallar”.

La fruta de hueso de Fruits de Ponent llega a diversos países de Europa; por ello, la opinión de sus responsables es un buen termómetro en cuanto a su demanda. “Si bien es cierto que se ha hablado a veces de que según el país de destino se desea un tipo de fruta u otra, seguimos insistiendo en que lo que une a todos los clientes es la demanda de calidad. Y para la fruta de hueso esto es: los grados de dulzor (brix) correspondientes, el punto óptimo de madurez, el ‘crunch’ propio de esta fruta...” puntualiza Santi Bonet.

■ FONDO DE TIERRAS

Como cooperativa una de las grandes apuestas de Fruits de Ponent es su fondo de tierras. En palabras de Bonet: “como cooperativa que somos, el fondo de tierras es una herramienta propia de este ADN. El fondo de tierras que impulsa el Grupo Cooperativo Fruits de Ponent ya cuenta con unas 400 hectáreas a disposición de sus socios”. Esta cifra supone una respuesta muy positiva a una apuesta del

grupo que consiste en poner a disposición de sus socios unos terrenos para que estos los cultiven y que su producción se comercialice a través del Grupo Cooperativo Fruits de Ponent.

Santi Bonet manifiesta que “el objetivo de este proyecto es el de poner a disposición de los asociados que así lo deseen tierras listas para cultivar y, sobre todo, promover con esta medida el relevo generacional” y añade que “la razón de ser de todo es que el socio pueda producir con los sistemas agronómicos más adecuados y, a la vez, con el plus de seguridad y de garantía derivado de que el arrendamiento al propietario del terreno lo hace la cooperativa”.

■ OBJETIVOS

En clave objetivos, desde Fruits de Ponent siguen la línea de los últimos años. Así, sus rectores hablan de “satisfacer las demandas de nuestros clientes en esta campaña de la fruta de hueso, sin dejar de desarrollar los proyectos que tenemos en marcha: desde la renovación de las oficinas de la sede central, hasta seguir avanzando hacia un ecosistema cooperativa sostenible”.

■ PIONEROS EN ODS

El Grupo Cooperativo de Fruits de Ponent ha sido pionero en ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) e impulsa el desarrollo de acciones para su cumplimiento. Su director de comunicación explica que “somos agentes activos de la Red Española para el Pacto Mundial de Naciones Unidas y, por lo tanto, promovemos nuestras acciones para que puedan servir para otros” y valora que “no se trata de un brindis al sol sino realidades medibles, que posteriormente elevamos en nuestra memoria de sostenibilidad”.

■ FRUIT ATTRACTION

Con el control de la pandemia de la COVID-19 parece segura la vuelta de la feria Fruit Attraction en modo presencial. En este sentido, Santi Bonet declara que “acudiremos como siempre lo hemos hecho, ya que para nosotros es una feria prioritaria, internacional y con un poder de convocatoria muy importante”.

JOSEP LLORENS / Gerente de Industrial Leridana del Frío SL - Ilerfred

“Contamos con 35 años de experiencia en refrigeración industrial y atmósfera controlada”

Con estas palabras Josep Llorens, gerente de Industrial Leridana del Frío SL, con nombre comercial Ilerfred, ilustra el bagaje de esta firma, siendo uno de sus puntos fuertes. Proyectos a la vista, nuevos productos con su software ‘El Madurfresh’ y un detector de fugas, y sus objetivos son otros temas que comenta Llorens en la entrevista.

Valencia Fruits. Hace un año de la creación de su departamento de I+D. ¿Una valoración y qué objetivos persigue?

Josep Llorens. Gracias a los 35 años de experiencia en el sector de la refrigeración industrial y la atmósfera controlada, conjuntamente con la creación del departamento de I+D, se ha sumado un bagaje profesional que ha permitido a Ilerfred diferenciarse y, así, dar respuesta a cualquier inquietud de nuestros clientes, ya sea respecto a la instalación o al producto.

VF. ¿En qué novedades se encuentran trabajando?

JLI. Ahora mismo estamos a la espera de la resolución de un proyecto CDTI para investigar la posible implementación de nuevas tecnologías en los diferentes sistemas de refrigeración.

Por otro lado, también se está trabajando en la diversificación de la aplicación de la atmósfera controlada y el uso de la prerrefrigeración con agua (hydro-cooling) en otros productos hortofrutícolas como, por ejemplo, el preenfriamiento de hortalizas de hoja.

VF. ¿Qué significa el acrónimo CDTI?

JLI. Son las iniciales de Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial de España; entidad pública empresarial que promueve la innovación y el desarrollo tecnológico de las empresas españolas.

VF. Al hilo de novedades, ¿qué nuevos productos presenta el catálogo de Ilerfred?

JLI. En los últimos años con la globalización de los mercados el uso de cámaras de maduración artificial se está volviendo muy frecuente para proporcionar el color y el sabor deseados para el consumidor en poco tiempo. El objetivo de este tratamiento es acelerar los procesos de maduración relacionados con la acción del etileno mediante la adición exógena de este gas, procedente de bombonas o de generadores catalíticos, bajo condiciones de temperatura, humedad relativa y composición atmosférica controladas. De esta forma se consigue acelerar el proceso de maduración y llegar al consumidor con



Josep Llorens, gerente de Industrial Leridana del Frío SL, Ilerfred. / ÓSCAR ORTEGA

un producto de apariencia y madurez homogéneos. Para tener una correcta gestión y control de todo el proceso, Ilerfred ha desarrollado un nuevo Software: El Madurfresh.

Ilerfred también ha desarrollado un detector de fugas. Mediante un sensor de alta sensibilidad se detecta la presencia de fuga de refrigerante en los puntos de mayor sensibilidad de la instalación que generalmente están localizados en el interior de las cámaras, en las válvulas de accionamiento y en el sello de los compresores.

VF. ¿Defina los objetivos de la empresa?

JLI. La misión principal de Ilerfred es realizar proyectos adecuados a las necesidades particulares de cada cliente primando siempre la eficiencia energética. Se prioriza el uso siempre que sea viable técnica y económicamente del amoníaco R-717, agua con glicol y CO2 (R-744) transcrito y subcrito. Ahora bien, para aquellas necesidades concretas donde por viabilidad económica la solución con gases refrigerantes sea la más adecuada, se incide en el uso de gases refrigerantes con un bajo PCA a fin de reducir la huella de carbono.

Nuestro mayor objetivo es velar por ofrecer un servicio global cercano y rápido durante el desarrollo e implementación del proyecto y realizar un acompañamiento a nuestros clientes durante todo el proceso.

Fruit One

El ERP del sector hortofrutícola desarrollado por artero[®] sobre la herramienta de SAP Business One

Existen diferentes versiones para cada tipología de empresa y subsector



Agencia comercializadora



Almacenes de confección



Cadenas de fruterías



Almazaras

Solicita más información en nuestra web

www.arteroconsultores.com

IGNASI GONZÁLEZ / Coirector comercial de Trecoop Fruites

“Las variedades de éxito responden a sabor, color y dureza óptimos”

Sabor, color y dureza son los tres parámetros organolépticos principales que debe cumplir la fruta para alcanzar éxito en el mercado. Ignasi González, codirector comercial de Trecoop Fruites, junto a Francesc Cunillera, se suma a esta línea de pensamiento. Las previsiones de campaña de fruta de pepita y hueso, las novedades y objetivos de la empresa son temas que también trata González en la entrevista.

Valencia Fruits. Como cooperativa, ¿un resumen de la relación con sus socios y qué servicios prestan?

Ignasi González. En pocas palabras podemos describir que las cooperativas de base Sant Pere de Sudanel, especializada en pera, y Cooperativa del Camp Montoliu, en fruta de hueso, suman unos 130 socios productores.

Desde el Grupo Trecoop contamos con un equipo técnico y con una red de colaboradores que nos permiten ofrecer al socio un servicio global; entre otros, asesoramientos de campo, renovaciones varietales, suministros para el campo, implantación de redes antipiedra, sección de crédito, etc.

VF. En su línea de pera, ¿cómo se desarrolla el año y qué perspectivas se vislumbran en este 2021?



Trecoop ha adaptado sus procesos a la realidad que ha generado la COVID-19. / ÓO.

IG. Desde Trecoop esperamos una buena producción de 15.000 toneladas de alta calidad. Somos de la opinión que el hecho que haya menor producción de pera, a causa principalmente de las he-

ladas, nos anuncia, a priori, una buena campaña.

VF. En fruta de hueso, ¿cuál es la estimación de Trecoop?

IG. En nuestro caso particular, en relación al conjunto de



Ignasi González, codirector comercial de Trecoop Fruites. / Ó ORTEGA.

fruta de hueso estimamos unos 10 millones de kilos, también de alta calidad recuperándonos de la bajada de un 15% que sufrimos el año anterior.

VF. En cuanto a variedades de fruta hueso, ¿cómo se plantean las próximas campañas? ¿Qué variedades tendrán más éxito?

IG. Tenemos muy claro que las variedades que siempre tendrán más futuro serán las variedades que desde el punto de vista organoléptico puedan sumar las características de sabor, color y dureza óptimos. Cualquier variedad con estas características tendrá éxito. Otro factor clave será el rendimiento por hectárea que facilite un precio competitivo y óptimo para el productor.

VF. Cambiamos de rumbo, ¿cuáles son los principales mercados de destino de su fruta?

IG. En global exportamos el 70% de la fruta fundamentalmente a la Unión Europea aunque con una capacidad de logística y

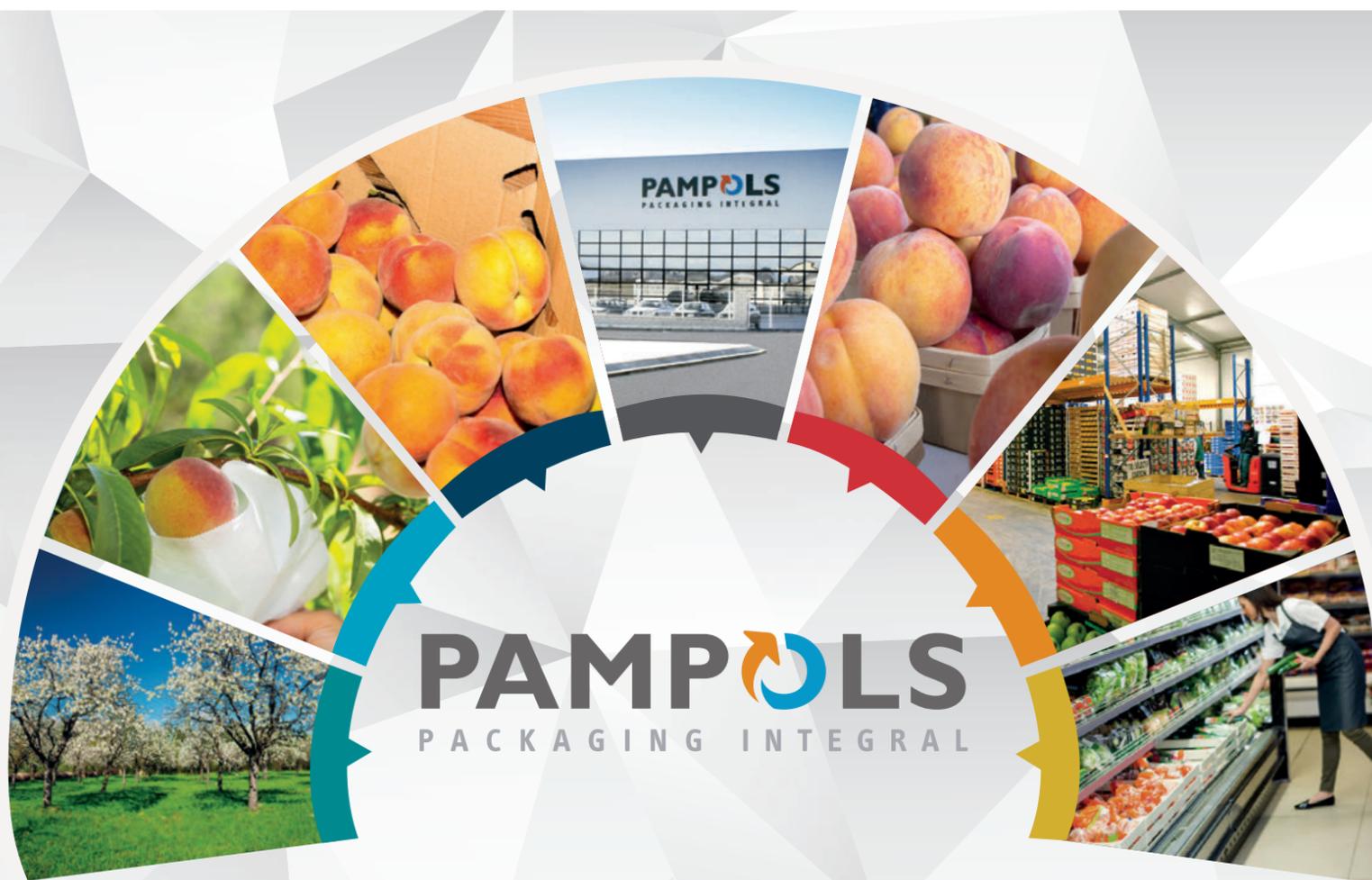
servicio para alcanzar mercados lejanos como Brasil, Colombia, Uruguay, Costa Rica, Caribe, Índico, Qatar, Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos y Senegal. Es decir, estamos preparados para abrir nuevos destinos que nos permitan tener más ofertas.

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

IG. Desde Trecoop siempre intentamos implementar aquellas iniciativas que creemos interesantes.

En la central de Montoliu, especialistas en la producción de pera, se estrenan para esta campaña dos máquinas Free way con la finalidad de mejorar la calidad del producto con un trato de la fruta más delicado que garantiza una mejor manipulación.

También introduciremos un programa de calidad que discrimina la fruta por calibre, color, maduración, reduciendo al máximo la expedición de fruta con defecto.



Tu packaging, del origen al punto de venta

+ info: 900 401 777 • www.pampols.es



Localizado el gen responsable de la piel morada de las ciruelas

Un equipo investigador del CRAG y del IRTA encuentra el gen que determina el color de la piel de la ciruela japonesa debido a la presencia o ausencia de antocianinas

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La presencia y acumulación del pigmento antioxidante antocianina define el tono de las ciruelas, y se sabe que la síntesis de este compuesto está regulada por los genes MYB10. Ahora, un equipo investigador del Centro de Investigación en Agrigenómica (CRAG) y el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) ha encontrado el gen que determina el color de la piel de la ciruela japonesa. En un estudio publicado en la revista científica *Frontiers in Plant Science*, el equipo revela que el genoma de la ciruela contiene varias copias de los genes MYB10, y que las variaciones del ADN en una de estas copias hacen que las ciruelas tengan antocianinas en la piel (mostrando un color de azul a rojo) o no (presentando un tono amarillo o verde).

La ciruela japonesa, muy apreciada por su jugosidad, es la más abundante del mercado para su consumo en fresco, y España es uno de sus mayores productores dentro de la UE, con ciruelos cultivados principalmente en Extremadura, Andalucía y Murcia.

Este nuevo estudio proporciona una herramienta muy eficiente para la selección temprana de frutas coloreadas y no coloreadas en los programas de mejora de ciruela japonesa, un avance alineado con los objetivos del Año Internacional de las Frutas y Verduras (AIFV), designado por la Asamblea General de la ONU, de aumentar la eficiencia de los sistemas alimentarios de frutas y promover una nutrición saludable.

MÁS ALLÁ DEL COLOR

Los tonos del rojo al azul de las flores y las frutas se deben a las antocianinas, un grupo de pigmentos antioxidantes que promueven la polinización de las flores y protegen las plantas de los daños causados por la luz y la deshidratación. Incorporar estos antioxidantes saludables en nuestra dieta se ha relacionado con efectos anticancerígenos y antiinflamatorios, y con la prevención



La presencia y acumulación del pigmento antioxidante antocianina define el tono de las ciruelas. / IRTA

de enfermedades cardiovasculares, diabetes y obesidad. Manzanas, peras, melocotones, albaricoques, ciruelas, cerezas y fresas, todas frutas de la familia de las rosáceas, son una valiosa fuente de antocianinas, contenidas en su piel y pulpa. Dado que el color de la fruta tiene un impacto importante tanto para la elección de la comunidad consumidora como para su calidad nutricional, no es de extrañar que exista un interés considerable en mejorar estos cultivos para obtener nuevas variedades que den frutos con diversos colores y tonos, al tiempo que se promueve su enriquecimiento en compuestos saludables.

¿POR QUÉ CIRUELA JAPONESA?

Dentro de los cultivos de rosáceas, el ciruelo japonés se en-

Seleccionar el color del fruto

El fiable marcador molecular para la selección temprana de ciruelas japonesas coloreadas o no coloreadas desarrollado en esta investigación puede ser usado eficazmente en programas de mejora varietal. Anticipar a nivel de plántula el color del fruto que producirán los árboles al cabo de tres o cuatro años acorta y optimiza significativamente el proceso de mejora. Dado que el mecanismo subyacente a la variación del color de la fruta se halla conservado dentro de la familia de las rosáceas, esta herramienta ofrece perspectivas prometedoras para la selección del color del fruto determinado por antocianinas en otras especies relacionadas de interés agronómico. ■

cuentra entre los que presentan una mayor variación de colores en las frutas, incluyendo tonos y patrones, con variedades que van desde el verde y amarillo sin antocianinas hasta el rojo, el violeta o el azul. “Estudios previos en especies de rosáceas muestran que la síntesis y la acumulación de antocianinas están reguladas

El estudio proporciona un eficiente marcador molecular para la selección temprana de ciruelas coloreadas y no coloreadas en programas de mejora, el cual podría aplicarse potencialmente en otras especies de rosáceas

Las antocianinas, que se acumulan abundantemente en ciruelas rojas y azules, son pigmentos antioxidantes vegetales con propiedades y efectos beneficiosos para la salud del consumidor

por los genes MYB10. En consecuencia, el análisis de estos genes en múltiples variedades de ciruelo japonés ha demostrado ser un excelente modelo para comprender cómo se determina el color de la fruta”, indica Arnau Fiol, estudiante de doctorado en el CRAG y primer autor del artículo.

“En este estudio, hemos examinado los genes MYB10 de un panel de variedades de ciruelo japonés y hemos constatado que son muy variables. Sorprendentemente, hemos descubierto que algunos cultivares tienen tres copias de uno de los genes MYB10, lo que añade todavía más dificultad al ya complejo análisis de la variación del color de la ciruela”, explica María José Aranzana, investigadora del IRTA en el CRAG a cargo de este trabajo. “Estudiando cómo se heredan estas variantes genéticas, hemos podido identificar qué combinaciones de variantes están asociadas con las coloraciones de la piel de la fruta con antocianina (de rojo a azul) y sin antocianina (verde o amarillo)”, añade.

NUEVAS VARIEDADES

Imaginemos que queremos desarrollar una nueva variedad de ciruela azul con muchas antocianinas para beneficiarnos de sus propiedades nutraceuticas. Las nuevas variedades de árboles frutales se obtienen en programas de mejora cruzando individuos y examinando los cientos o miles de descendientes en busca de aquellos que presenten el rasgo deseado, en este caso una ciruela más azul, y que también cumplan con los exigentes estándares de calidad del producto. Pueden pasar entre 10 y 20 años desde el primer cruce hasta el registro de una nueva variedad, ya que los frutales tardan un largo periodo en dar frutos (entre 3 y 4 años en ciruelos) y deben pasar varias evaluaciones exhaustivas.

“En nuestro trabajo, hemos identificado las variantes genéticas que hacen que las antocianinas se acumulen o no en la piel de la ciruela japonesa. Esto significa que, con solo estudiar el ADN de las plántulas recién germinadas, podemos predecir de forma eficiente el color de la piel de sus futuras frutas, lo que nos permite descartar rápidamente todas las plántulas que producirán frutos verdes. Gracias a este cribado temprano, necesitaríamos una superficie de cultivo más pequeña y menos recursos (hídricos, nutricionales, fitosanitarios y humanos) para obtener la nueva variedad deseada de ciruela rica en antocianinas, con los consiguientes beneficios económicos y medioambientales”, apunta Aranzana.



SOMOS ESPECIALISTAS EN TECNOLOGÍAS PARA LA CONSERVACIÓN DE FRUTAS Y VERDURAS:

- Maduración, desastringencia y desverdecización.
- Sistemas de enfriamiento rápido por aire y agua.
- Cámaras de atmósfera controlada.

www.ilerfred.com



Mucho más que instalaciones de frío.

Estamos en Lleida, Barcelona, Zaragoza, Madrid y Málaga



T_ 973 202 441
F_ 973 210 813
info@ilerfred.com



CARMELO CASAS / Presidente de Excofrut

“Podemos calificar la campaña pasada de satisfactoria con demanda fluida”

Con estas palabras Carmelo Casas, presidente de Asociación Profesional de Frutas y Hortalizas de Huesca (Excofrut) y gerente de Frutas Frucasa, define la pasada campaña en términos generales.

Valencia Fruits. Como voz representativa del colectivo, una pincelada de la fruta de hueso en la zona...

Carmelo Casas. Como ya habéis anunciado vosotros en publicaciones anteriores, el Valle del Cinca se ha visto afectada por el frío.

Después del episodio de frío se hizo una valoración que estimó una pérdida del 50% aunque en algunas zonas del Bajo Cinca esta estimación se queda muy corta, pudiendo llegar hasta el 70%. La afección es considerable y en función de la duración la campaña puede darse el caso que sobre mano de obra.

Hacia casi 30 años que no ocurría una situación similar. En esa época los cultivos estaban más diversificados entre fruta de pepita y de hueso; en cambio,

en la actualidad el 90% de los cultivos de la zona es de fruta de hueso, por lo que el golpe va a ser realmente duro.

Sí es cierto que la gran mayoría de plantaciones están aseguradas con el seguro de explotación de Agroseguro. Estas pólizas contemplan el daño por frío aunque nunca se habían utilizado y, menos, en esta magnitud; en muchos casos debido a su fórmula compleja, la indemnización se va a quedar muy corta.

Directamente las centrales también se verán muy afectadas por el bajo rendimiento en la actividad.

VF. Un resumen de la campaña anterior contando con la aparición de la COVID-19.

CC. La campaña anterior fue complicada por la COVID-19. Por

la novedad y por la complejidad y preocupación que nos pudiera afectar cualquier contagio como así sucedió desgraciadamente. En este sentido, los medios de

“En la actualidad el 90% de los cultivos de la zona es de fruta de hueso”

“La gran mayoría de plantaciones afectadas por el frío están aseguradas”

comunicación no ayudaron en la zona por focalizar el problema en los temporeros cuando el tiempo nos ha dado la razón: es problema general de salud



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

que no distingue ni edades ni empleos. Pese a todo, la campaña fue buena en general, añadiendo algunas tormentas de pedrisco, pero la demanda fue fluida y se puede decir que fue satisfactoria.

VF. En clave operativa para esta campaña, ¿qué medidas han tomado respecto a la COVID-19?

CC. Para esta campaña, salvo excepción puntual, el problema de la COVID-19 es el último de los problemas de la lista de los problemas del sector porque gracias a la rápida intervención del Gobierno de Aragón muchas empresas cuentan con la totalidad del personal vacunado y si no en breve procederán.

VF. Desde Excofrut, ¿qué iniciativas pondría en marcha para

potenciar al agricultor y productor de la zona?

CC. Excofrut forma parte de la federación Aragonesa de frutas, Fedefruta Aragón, y se mantiene una muy fluida y excelente relación continua para cualquier cuestión que surja y, por supuesto, siempre nos afecta de manera igual a las diferentes zonas productoras.

Hemos colaborado desde Aragón en la campaña CuTE-4 You, un homenaje al trabajo esencial de los productores de frutas y hortalizas durante la pandemia

A nivel de comarca, estamos manteniendo diversas reuniones entre sindicatos, OPFH y Excofrut para poder anticiparnos y paliar un año muy negativo, tanto para agricultor como comercio en general, derivado de las comentadas heladas.

CAROL IBARZ / Gerente de Frutas Ibarz e Hijos

“La fruta del Valle del Cinca es una fruta que se caracteriza por su sabor”

Carol Ibarz, gerente de Frutas Ibarz e Hijos y segunda generación al frente del negocio, repasa algunos aspectos relacionados con el desarrollo de la campaña de fruta de hueso en la zona de producción de Fraga

Valencia Fruits. ¿Qué características aporta a la fruta de hueso la zona productora de Fraga?

Carol Ibarz. La fruta del Valle del Cinca es una fruta que se caracteriza por su sabor. Destacar detrás de la fruta el excelente trabajo y profesionalismo del conjunto de productores y agricultores de esta zona de producción y también la labor continua en renovación de variedades buscando aquellas que mejor se adaptan a las condiciones agroclimáticas de esta zona y aceptadas por el consumidor.

VF. En clave campaña y desde el prisma de Frutas Ibarz e Hijos, ¿cómo describe este inicio de campaña?

CI. El inicio de esta campaña es tal y como nos esperábamos. Es una campaña totalmente atípica. En esta zona tenemos un alto porcentaje de producción afectada por el frío que, en algunos casos, roza el 90% de afectación según plantación y variedad.

En nuestro caso particular, nectarina y paraguayano han sido las frutas de hueso más afecta-



Es probable una menor necesidad de mano de obra este año. / ARCHIVO

das. Aún con esta afectación, intentaremos cubrir la demanda de nuestros clientes. En este sentido, remarcar que la oferta de Frutas Ibarz contempla un calendario de junio a septiembre con una oferta de fruta de hueso con la intención de intentar alargar la campaña con pera de verano y de invierno.

Este contexto complica la planificación de contratación del número de trabajadores porque puede darse el caso que durante la recolección de la fruta haya periodos con

muy baja necesidad de mano de obra.

VF. ¿Objetivos para esta campaña?

CI. Mantenemos el objetivo de los últimos, que no es otro que intentar obtener la máxima rentabilidad para el productor y comercializador. Para ello, trabajar el máximo posible dentro de las posibilidades de producción de cada campaña.

También implementamos aquellas mejoras que creemos necesaria en los equipos de producción y confección.



frescmajos

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



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

“La fruta de hueso de esta campaña presenta una calidad buena”

En esta entrevista Eduardo y Jacinto David Royes García —tercera generación— y M^a Eugenia Cabrera Casas —cuarta—, responsables de Frutas Casas Royes, comentan diversos aspectos relacionados con el desarrollo de la campaña de fruta de hueso de la zona de producción de Fraga como tendencias varietales, en general, y objetivos de la empresa, en particular.

Valencia Fruits. Más de un año conviviendo con la COVID-19. ¿De qué manera ha influido en la actividad de Frutas Casas Royes?

Eduardo David Royes García. No creo que en nuestro sector la COVID-19 haya influido en una disminución de nuestro movimiento comercial, quizás haya influido en una disminución en las producciones en CEE.

Por lo tanto, digamos que la demanda de fruta fue buena el pasado año y que esperamos siga el mismo camino en la presente campaña, aunque habrá una disminución importante en la cosecha debido a la climatología adversa.

VF. Sigamos con la actual campaña de fruta de hueso, ¿qué esperan de esta campaña?



M^a Eugenia Cabrera Casas con Jacinto David, (izquierda) y Eduardo Royes García. / ÓO

“Todos los calibres tienen su hueco en el mercado para distintos perfiles de clientes”

Jacinto David Royes García. Como hemos dicho anteriormente, la fruta de hueso de esta campaña presenta una calidad buena; no así los calibres que se han visto reducidos debido a la falta de temperatura de esta primavera. En este sentido, esperamos que a medida que vaya avanzando la primavera mejoren los calibres con el aumento de las temperaturas. En estos momentos las temperaturas están siendo altas y de seguir así, la mejora en los calibres será notable. Sin embargo, hay que destacar que todos los calibres tienen su hueco en el mercado para distintos perfiles de clientes.

En cuanto a precios es difícil predecir en que línea se moverán. En estos momentos son interesantes y esperamos conti-

nuar así debido a la disminución de la producción que hemos comentado, que puede llegar a un 50% sobre una cosecha normal. De todas formas, no creo que los precios lleguen a compensar los kilos que faltan porque los gastos para el productor son los mismos, excepto los de aclareo y recolección.

VF. ¿Cuál es su apuesta varietal? ¿Entran nuevas plantaciones en producción?

M^a Eugenia Cabrera Casas. En estos últimos años estamos apostando por albaricoque y cereza de media y larga estación y también en mejora de variedades de nectarina y melocotón rojo, sobre todo en mejora de sabor y coloración que son los parámetros que buscan los consumidores.

VF. En Frutas Casas Royes ya la tercera y cuarta generación. ¿Cómo atisban el futuro de la fruticultura en su zona?

ER. Esperamos que las nuevas generaciones tengan la capacidad de adaptación de las transformaciones que cada día evolucionan de forma más rápidas para continuar nuestra trayectoria.

VF. ¿Cuáles son los objetivos para el presente año?

JDR. Esperamos no sufrir ninguna incidencia de la COVID-19 y nos centramos, como en los últimos años, en continuar dando nuestro mejor servicio a nuestros proveedores y clientes.

JOSÉ LUIS UTRILLA / Director general de Frutas Utrilla

“Calidad es la clave del éxito para los pequeños y medianos agricultores y productores”

José Luis Utrilla, director general de Frutas Utrilla, describe que “después de las heladas que sufrimos el pasado marzo, la previsión de campaña de fruta de hueso en la zona es a la baja, reduciendo la producción entre un 30 y 45% de la producción, llegando incluso en algunas plantaciones específicas a unos porcentajes aún bastante más altos”.

De las palabras de Utrilla se desprende que en líneas generales faltará fruta en el

mercado en determinados momentos en función de variedades según su grado de afectación. En este sentido, otras países europeos con gran volumen de producción de fruta de hueso como Francia e Italia también se encuentran en una situación similar.

■ RENDIMIENTO

Ante este panorama las perspectivas de rendimiento parecen optimistas bajo el prisma que a menor produc-

ción mayor precio de la fruta, aunque como apostilla Utrilla “vender fruta muy cara es complicado” y argumenta que “entre otras razones, no todos los consumidores disponen de dinero para pagarla o destinarán dinero a otras prioridades como viajar”.

Sobre otro de los factores que indica el director general de Frutas Utrilla es que “también hay que contar que después de los distintos confinamientos por la COVID-19 el gran público que pueda



José Luis Utrilla, director general de Frutas Utrilla, en un momento de la entrevista. / ARCHIVO

“Las plantaciones de albaricoque tardío ganan adeptos entre los agricultores de la zona”

“La previsión de cosecha de fruta de hueso en la zona es a la baja después de las heladas de marzo”

permitírsele viajar fuera de casa, aunque sea dentro de España, y ello significa menor consumo de fruta”. El confinamiento hizo subir el consumo de fruta y hortaliza en los hogares.

■ CALIDAD

José Luis Utrilla define “calidad como clave del éxito de los pequeños y medianos agricultores y productores en esta zona” y especifica que “calidad dentro de la capacidad de producción de cada agricultor y productor”. También como criterio diferenciador frente al consumidor o, en otras palabras, “la fruta para un determinado cliente que también apueste por calidad, al menos de sabor, y así invitar a repetir compra”.

■ NECTARINA Y PARAGUAYO

Esta empresa centra un elevado porcentaje de su producción en nectarina y paraguay, y también melocotón amarillo y rojo.

Por tendencias varietales, entre los agricultores de la zona Utrilla manifiesta que “las plantaciones de albaricoque tardío, que llega al mercado por allá el mes de agosto, gana adeptos, por ser una fruta aceptada por el consumidor; árbol productivo y fruta rentable”. Según sus palabras, en los próximos años se espera un aumento del número de hectáreas de albaricoque en esta zona productora.

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

CENTRAL HORTOFRUTICOLA Casas Royes
Tel.: 974 47 18 50
974 47 34 24
Fax: 974 47 12 62
22520 FRAGA (Huesca)
comercial@casasroyes.com

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

FRUTAS Producción y Comercialización
frucasa s.a.
e-mail: frucasa@frucasa.eu
C/ Magdalena, s/n
Tel.: 974 47 14 08
Fax: 974 45 35 23
22529 MIRALSOT FRAGA (Huesca)

JOSÉ IGNACIO GRAMÚN / Director de MercoFraga

“Animo a los agricultores y productores a que se acerquen a MercoFraga para comercializar sus productos”

Entre otros temas José Ignacio Gramún, director de MercoFraga, comenta los tres factores principales que influyen en el desarrollo de la presente campaña de fruta de hueso en la zona productora de Fraga.

Valencia Fruits. En su caso, fue asumir el cargo de director de MercoFraga y explotar la pandemia de la COVID-19. ¿Cómo lidió esta situación?

José Ignacio Gramún. La COVID-19, sin lugar a dudas, nos cogió a todos a contra pié. El año 2020 fue una campaña difícil en cuanto al tema sanitario.

Adoptamos las medidas sanitarias que por ley son de obligado cumplimiento. Teníamos y tenemos claro que “lo primero es la salud”.

Las medidas de prevención fueron guardar la distancia interpersonal, la utilización de mascarillas para todos los usuarios, la desinfección de manos con gel hidroalcohólico.

Me gustaría resaltar la ejemplaridad por parte de vendedores y compradores en el cumplimiento de la normativa. Los usuarios tomaron conciencia del peligro que puede acarrear un posible contagio para ellos y para el funcionamiento del día a día de sus explotaciones en general.

VF. Siguiendo con la COVID-19 y en la presente campaña, ¿que medidas han tomado en MercoFraga?

JIG. Aunque la situación sanitaria relacionada con la pandemia ha mejorado con respecto al año anterior debemos continuar con la prevención de la salud de los usuarios ante posibles brotes de infección. Por ello, seguiremos con las medidas preventivas ya conocidas.

Bien es cierto que este año tenemos una cierta ventaja ya que la gran mayoría de temporeros y los propios empleadores están vacunados con la vacuna

Janssen. Evidentemente, esta vacunación aporta una mayor tranquilidad aunque de momento no podemos bajar la guardia.

VF. Una estimación de la campaña de la zona de influencia de MercoFraga...

JIG. Nos encontramos ante una nueva campaña frutícola 2021 muy singular, no es la habitual, con muchos factores determinantes.

Uno, seguimos con la COVID-19. La situación ha mejorado considerablemente aunque debemos ser prudentes y seguir con las medidas de prevención.

Otro, las inclemencias climáticas. Hablamos de las heladas que sufrimos en todo el Bajo Cinca en el mes de marzo que fueron muy notables. Teníamos una perspectiva de producción muy alta ya que los árboles estaban sanos y con una buena floración.

Y también el tiempo durante este mes de mayo es muy inestable; inestabilidad que no favorece el consumo de fruta.

En cuanto a producción, hasta la fecha el grueso es la cereza que es una fruta que no muestra variación ya que es un árbol que florece muy tarde y normalmente está en tierras con mayor altitud. Por lo tanto, no ha tenido una afección por las heladas. Estamos en los baremos de producción del año 2020.

En cambio, sí ha sufrido una afectación muy alta la producción de nectarinas, melocotones, paraguayos y platerinas. Estamos hablando que entre las comarcas del Bajo Cinca y La Litera hay unas 5.700 hectáreas dañadas por las heladas.



José Ignacio Gramún desea que los precios, este año, sean generosos. / Ó ORTEGA.

“Resalto la ejemplaridad de vendedores y compradores en el cumplimiento de la normativa sanitaria durante todo este periodo de pandemia”

“Espero que final de la campaña estemos en un balance dentro de los parámetros normales”

En definitiva, la producción en nuestra zona para los próximos meses de julio y agosto me atrevo a decir que puede ser un 50% a la baja.

A nivel local, la repercusión será muy importante porque se va a resentir toda la cadena: empresarios, comerciantes, tem-

poreros... Solamente en Fraga hay más de 80 millones de kilos de fruta asegurados. Espero y deseo que los seguros agrarios cumplan con su función económica y los precios este año sean generosos y al final de la campaña estemos en un balance dentro de los parámetros normales.

VF. ¿Qué día empezó su actividad y con qué oferta?

JIG. MercoFraga empezó el pasado domingo 6 de junio con el horario habitual de otros años. De lunes a viernes a las 12h de la mañana, y domingo y festivos a las 9h de la mañana.

En cuanto a la oferta y debido a las heladas sufridas en nuestra zona comentadas anteriormente, las estimaciones de producción rondan sobre el 50% a la baja prácticamente en toda la fruta de hueso. En consecuencia y por lógica, MercoFraga se verá afectada en la misma proporción.

VF. ¿Qué objetivos se marca para MercoFraga?

JIG. Me gusta ser realista, este año será complicado para todo el sector frutícola y MercoFraga no será una excepción. La producción en fruta de hueso está muy mermada y la actividad comercial en la lonja será escasa.

La posición para este año en MercoFraga es de mantenimiento y estabilidad.

Quiero señalar que desde la dirección de MercoFraga y la delegación de Agroindustria hemos realizado un acuerdo con la Asociación de personas con discapacidad Virgen del Pilar para realizar la creación de un huerto-jardín. Es un proyecto muy ilusionante donde hay plantas aromáticas, medicinales, culinarias (tomillo, la lavanda, estevia, caléndula)... Son posibles alternativas de nuevos cultivos y, desde luego, este proyecto puede aportar muchos beneficios para la integración social y laboral.

VF. Si tuviera que lanzar un mensaje a los productores y agricultores que acuden a MercoFraga a vender su fruta, ¿cuál sería?

JIG. Como director de MercoFraga mi mensaje sería que es muy importante para la zona abrir nuevos mercados de cara a la exportación. Aquí tenemos grandes comerciantes con muchos años de experiencia que realizan una gran labor llevando nuestra fruta por todos los rincones del mundo. Pero también es de suma importancia mantener una lonja de fruta a nivel local, un mercado de proximidad.

Animo a los agricultores y productores a que se acerquen a MercoFraga para comercializar sus frutas y verduras.

INICIADA YA LA CAMPAÑA DESDE EL 6 DE JUNIO

mercado de frutas en origen del Bajo Cinca y Bajo Aragón

COMPRA DIRECTA
AL AGRICULTOR
SIN INTERMEDIARIOS
DE NINGUN TIPO



sólo fruta fresca

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

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



MercoFRAGA

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

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

**PROTECCIÓN
EFICAZ Y VERSÁTIL
para CÍTRICOS Y
FRUTA DE PEPITA**

Pirimetanil
40%



DECCOPYR

CONTROL EFICAZ del
Penicillium spp.

EFICACIA DEL DECCOPYR

- ▶ En **cítricos**
el Pirimetanil
tiene eficacia contra:
 - *Penicillium digitatum*
 - *Penicillium italicum*
 - *Alternaria*
 - *Botrytis cinerea*
 - *Colletotrichum gloeosporioides*
 - *Diplodia natalensis*
 - *Phomosis citri*

- ▶ En **fruta de pepita**
el Pirimetanil
tiene eficacia contra:
 - *Botrytis cinerea*
 - *Penicillium expansum*
 - *Gloesporium*
 - *Monilia*
 - *Fusarium*

DECCO[®]
Naturally Postharvest

fungicidas · ceras · recubrimientos comestibles · desinfectantes · detergentes · residuo zero · biofungicidas

