



# Portugal

Información elaborada por Andoni Narvaiza

## Las exportaciones portuguesas de frutas, hortalizas aumentan un 4,4%

España es el primer cliente con el 32,9% de las ventas totales, valoradas en 553 millones de euros

Según los datos publicados recientemente por el Instituto Nacional de Estadística luso las exportaciones de frutas, hortalizas y flores aumentaron un 4,4 % en Portugal en 2020 respecto al año anterior, alcanzando los 1.683 millones de euros y manteniendo la dinámica de crecimiento de la última década. España se mantiene como principal cliente con el 32,9 % de las ventas.

Tras la irrupción de la COVID-19 la mayoría de los sectores de la economía portuguesa registraban valores negativos. Sin embargo, a pesar de la recesión económica, el sector de las frutas y hortalizas consiguió un rendimiento positivo durante el año 2020.

Según las declaraciones de Gonçalo Santos Andrade, presidente de Portugal Fresh, recogidas por la revista digital Agricultura e Mar, "son cifras muy



Las berries continuaron liderando las exportaciones durante el 2020. / ARCHIVO

A pesar de la recesión económica, el sector de las frutas y hortalizas consiguió un rendimiento positivo durante el año 2020

positivas para este sector que es el campeón de la economía nacional, aún más considerando el contexto de pandemia que atraviesa el mundo. La inversión que se ha realizado en el sector y la apuesta por modernizar todo el sistema productivo ha permitido crecer y mejorar de forma sistemática durante los últimos diez años, lo que hace que la producción de origen portugués sea hoy un proveedor de excelencia, tanto para el mercado europeo como para América y Asia".

# MAF RODA

AGROBOTIC

Aumenta tu rendimiento y productividad con la tecnología de confianza.



**MAF RODA**  
AGROBOTIC  
Visionary engineering

in YouTube rodasale@mafroda.es

**OUR INNOVATION,  
YOUR EFICIENCY**

TU SOLUCIÓN GLOBAL

Automatización | Tratamiento | Calibrado | Clasificación | Packing

www.maf-roda.com

## Para asegurar la competitividad del sector hortofrutícola portugués hay que seguir invirtiendo en innovación y tecnología en toda la cadena de valor

### ■ TENDENCIA AL ALZA

Los datos del INE presentan un crecimiento del 115% en el valor de las exportaciones del sector de frutas y verduras durante la última década, pasando de los 780 millones de euros en 2010 a los 1.680 millones de euros en 2020.

El precio por kilo también experimentó un crecimiento del 5,3%, compensando la disminución del 0,9% en el número de exportaciones, hasta las 1.589 toneladas.

No obstante, Santos considera necesario para asegurar su competitividad seguir invirtiendo en innovación y tecnología en toda la cadena de valor siempre de la mano de las inversiones públicas estratégicas en infraestructuras de gestión eficiente y sostenible del agua.

### ■ ESPAÑA, PRIMER CLIENTE

En general, la Unión Europea es el principal destino de las exportaciones en el sector de las frutas, hortalizas y flores de Portugal, representando el 78% de las ventas exteriores en 2020.

España sigue siendo el principal cliente de Portugal con el 32,9% de las ventas totales, valoradas en 553 millones de euros. En segundo lugar, se encuentra Francia con un 12,8% y un valor de 216 millones de euros, seguida por los Países Bajos con el 10,4% (174 millones de euros), Reino Unido con un 9,1% (153 millones de euros) y Alemania con el 7,1% (119 millones de euros). Finalmente, los países terceros representan el 22% de la cuota de exportaciones con un valor total de 365 millones de euros.

Todo ello permitió mejorar los resultados de la balanza comercial pasando del 91,8% en 2019 al 94,7% en 2020.

### ■ FRUTA, LÍDER EN EXPORT

Dentro del sector, el segmento de las frutas es el que mejores resultados obtuvo llegando a representar el 47% del total de las exportaciones del sector en 2020, con un valor de 793 millones de euros, un 1% más que el año anterior. El 28% se le atribuye al segmento de los preparados de frutas y hortalizas valorado en 467 millones de euros y con un crecimiento del 1% respecto al 2019.

El resto queda repartido entre las hortalizas que, a pesar de sufrir una caída del 2% en las ventas exteriores respecto al año anterior, representaron el 19% sobre el total, y que tuvo un valor de 217 millones de euros.

Las frutas pequeñas como las moras, los arándanos o las fresas continuaron liderando las exportaciones durante el 2020, incluso aumentaron su valor un 5,5% respecto al año anterior, alcanzando los 246,6 millones de euros. El segundo puesto fue ocupado por los tomates

procesados, con unas ventas de 238,3 millones de euros y una tasa de variación del 19,3% respecto al año anterior. Por último, los cítricos, que experimentaron un aumento del 52,8% respecto al año anterior, supusieron un total de 178,7 millones de euros, en su mayoría debido



Portugal Fresh en Fruit Logística 2019. / PF

al aumento del 72% en las exportaciones de naranjas por un total de 127 millones de euros.

Pese al panorama positivo y al crecimiento experimentado en el valor del sector de las frutas, hortalizas y flores de Portugal en 2020, Gonçalo Santos prefiere ser prudente de cara a los resultados del 2021 debido a las secuelas que ha dejado la pandemia en la economía tanto de los hogares lusos como de los mercados de destino.

No obstante, manifiesta que debido a la “apuesta

que han hecho los productores nacionales en la modernización de sus culturas y en la diversificación de su oferta, atendiendo las necesidades de los consumidores, creo que mantendremos la tendencia de crecimiento, y estaremos más cerca de cumplir con nuestro objetivo para 2030: alcanzar los 2.500 millones de euros en exportaciones. La próxima década será ciertamente desafiante, pero tenemos la capacidad de recuperación y la visión necesarias para mantener el camino del crecimiento”.



# Reduce el nº de materias activas o pásate al BIO con los tratamientos postcosecha SANIFRUIT.

- Eficacia comprobada
- Reduce las reclamaciones
- Alarga la vida comercial
- Ayuda a combatir las resistencias
- Gama BIO certificada por CAAE



[www.sanifruit.com](http://www.sanifruit.com)

HELDER NICO / Plastidom

## “La demanda de nuestros productos está siendo constante gracias a las buenas producciones de la campaña 2021”

Helder Nico explica la situación de Plastidom tras una campaña 2020 marcada por la pandemia y las expectativas para la campaña 2021 y venideras. Además, asegura que a pesar de la digitalización provocada por la COVID-19, el regreso de las ferias presenciales será un gran impulso para el sector agrícola.

**Valencia Fruits.** ¿Cómo se ha desarrollado el ejercicio de 2021? ¿Cuáles son las expectativas para la temporada de verano?

**Helder Nico.** Este año agrícola está siendo generalmente mejor que el año anterior, lo que está suponiendo un crecimiento en la demanda de envases y otros artículos necesarios para la recolección, almacenamiento y otras logísticas asociadas a las respectivas campañas. Además, parece que la confianza de las empresas y consumidores está mejorando, superando poco a poco la depresión económica mundial generada por la COVID-19. En esta línea la demanda de nuestros productos está siendo constante por parte de los responsables agrícolas gracias a las buenas producciones de la campaña 2021.

**VF.** ¿Cuál diría que es el posicionamiento de Plastidom y de su línea Domplex en el sector hortofrutícola español?

**HN.** Plastidom produce cajas, contenedores y palets desde los años 70 y, desde ese momento, los productos se pusieron a disposición de clientes de todo el mundo; sin embargo, Portugal y España fueron y son los máxi-



Para Helder Nico el contacto directo con los clientes es vital en un mundo cada vez más digitalizado. / NEREA RODRIGUEZ

mos compradores de la empresa, manteniendo una tendencia que no creo que cambie a corto plazo. De este modo, nuestra línea Domplex se mantiene fiel a sus principios originales de “Domplex es Calidad y Utilidad” y, desde siempre “amiga” del medio ambiente, características reconocidas en el mercado que nos

**“Las características de Domplex permite a Plastidom ostentar una posición de referencia en el sector agrícola”**

permite ostentar una posición de referencia en el sector agrícola y agroindustrial.

**VF.** Usted aseguró que el grupo mantuvo los proyectos de I+D durante la pandemia, ¿dichos proyectos estaban enfocados a superar la pandemia, o podemos esperar novedades en los productos de Plastidom?

**HN.** En efecto, algunos productos como la visera Domplex, fueron desarrollados en el contexto de la pandemia, durante la que Plastidom contribuyó ayudando a diversas organizaciones regalando miles de Viseras. Sin embargo, los proyectos y desarrollos a los que se refiere son anteriores, y algunos ya están en producción sirviendo a nuestros clientes, y otros serán subsecuentes.

**VF.** Tras confirmarse la celebración de Fruit Attraction 2021 de forma presencial, ¿Plastidom continuará fiel a su cita con la feria en esta edición tan esperada por todo el sector?

**HN.** El contacto directo entre los responsables de los diversos sectores y la presentación física de los productos sigue siendo de gran importancia en un mundo cada vez más digitalizado; por ello, Plastidom no puede faltar a su cita en la próxima edición de Fruit Attraction, en la que ha estado desde la primera edición.

**VF.** ¿Cree que la vuelta de las ferias ayudará a Plastidom a ampliar su mercado tras los buenos resultados durante la COVID-19?

**HN.** Desde siempre, Plastidom ha valorado su participación en Ferias en España, pero también en Portugal, Francia, Marruecos, Angola, Mozambique... que corresponde a una forma de comunicación con nuestros clientes, con el mercado interesante y que debemos tener en cuenta.

**VF.** ¿Cómo afronta Plastidom el futuro, en la era postcovid?

**HN.** Plastidom con sus más de 60 años, pasó ya por diversas crisis globales y las supero una tras otra; la COVID 19, también será superada, y deseo lo mismo para todos, esperando una recuperación económica mundial equilibrada y justa.

## Recomendaciones Sanifruit para la campaña de cítricos

Sanifruit: “para afrontar la próxima campaña de cítricos: la preparación es la clave del éxito”

### ► SANIFRUIT.

Los trabajos que son repetitivos en una central de manipulación de cítricos pueden llevar a los responsables de las tareas a tener una idea irreal de que tienen todo controlado.

La única forma eficaz de realmente tener todo bajo control antes del inicio de campaña es dedicar el tiempo necesario para establecer de forma minuciosa cómo se realizan las operaciones desde que se cosecha la fruta hasta su llegada a destino. Si ese análisis no se ha realizado anteriormente en la empresa, es el momento de revisar puntos que necesitan mejora dentro de todo el proceso para un trabajo más eficiente y unos resultados exitosos. De una forma general, los puntos principales a tener en cuenta para conseguir una adecuada preparación e incrementar el porcentaje de éxito son:

- Revisar el proceso de cosecha ante diferentes escenarios tales como maduración precoz o climatología adversa.

- Decidir de antemano el grado de coloración de la fruta y el volumen mínimo para proceder con el inicio de cosecha.

- Determinar cuántos días queremos desverdizar, si desverdizamos o si esperamos a obtener el color suficiente para proceder al envío.

- Comprobar el estado de los envases para cosecha, que deben haberse limpiado y desinfectado y haber sido almacenados en lugar seguro. Igualmente deberían desecharse los envases defectuosos y seleccionar los palets adecuados.

- Analizar el proceso de la fruta a la entrada al almacén, teniendo un escándalo por partida, comunicando con las cuadrillas de cosecha las posibles mejoras en el proceso de corte de la fruta y establecer un tiempo máximo entre la cosecha y el tratamiento a aplicar.

- Una vez se procede a tratar la fruta, debemos tener claro qué productos vamos a utilizar en función de nuestros objetivos, cada cuántos kilos mojados se renueva la mezcla, quién va a controlar el correcto funcionamiento del equipo de aplicación, anotar los kilos que van pasando por cada ciclo y todas las averías y renovaciones de caldo que tengan lugar.

- Preparar las cámaras de desverdizado y almacenamiento,

**Sanifruit ofrece una gama BIO que se está implantando con gran rapidez en España y a nivel internacional**

comprobando que se ha realizado una limpieza y desinfección en profundidad y que las sondas de medición y control están calibradas y todos los elementos y herramientas para desverdizar funcionan de forma adecuada.

- Establecer los parámetros con que vamos a iniciar proceso de desverdizado. Es recomendable dejar secar la fruta al menos 12 horas antes de entrar en cámara, aunque si no es posible secar debemos cortar la inyección de humedad mientras esta se mantenga por encima del 85% con la humedad aportada por fruta y envases.

- Determinar los niveles de etileno y carbónico que vamos a usar.

- Valorar si se va a realizar algún tipo de comprobación de manejo diferente buscando una mejora en el proceso.



Sanifruit cuenta con productos para todos los puntos de aplicación. / VF

Hemos aportado una visión a grandes rasgos de las comprobaciones que se deberían tener en cuenta, controlando en todas las situaciones el “para qué, quién y cómo se realiza cada tarea”.

Es importante destacar que para una mejora continua es necesario salir de la actitud pasiva: “A mí me va bien así”; Y pasar a la acción: “Cómo voy a ser mas eficiente y rentable mi negocio”.

Los procesos de cambio en el área de nuestro trabajo son oportunidades por aprovechar. El reemplazo de sustancias nocivas para las personas y el medio ambiente es un proceso iniciado hace años y que ha entrado en una dinámica acelerada recientemente. Esto es lógico, ya que la población no solo quiere vivir más años, quiere hacerlo con

buena salud, y los contaminantes actúan en detrimento de la seguridad y la salud.

Sanifruit, que nació con el objetivo de proporcionar una fruta que respetara la salud de las personas y el medio ambiente, siempre ha acompañado en este proceso a todos sus clientes. En los últimos años ha dado un salto cualitativo y cuantitativo en la calidad y número de productos puestos en el mercado, siempre sin aportar residuos que afectan de forma negativa al planeta y las personas que habitan en él.

En el área de los cítricos de postcosecha Sanifruit cuenta con productos para todos los puntos de aplicación, usados para las líneas sin residuos al 100% o combinados con algún químico de síntesis en momentos determinados de campaña, reduciendo en todos los casos el número de materias activas usadas por la central.

Igualmente ofrece también al mercado una gama BIO que se está implantando con gran rapidez en algunos puntos de la geografía española y a nivel internacional.

Planificar y preparar, adaptarse y evolucionar; proteger sin dañar. En Sanifruit formulamos productos y aportamos soluciones para que los almacenes generen mayores beneficios protegiendo a la vez a las personas y el medio ambiente.

Con el asesoramiento de Sanifruit los operadores de fruta pueden llegar a sus mercados con una fruta sana y sin residuos, incluso a los más restrictivos.

## Portugal Fresh confirma una presencia conjunta en Fruit Attraction 2021 con más de 400 m<sup>2</sup>

► NR. REDACCIÓN.

En la edición 2021 de Fruit Attraction, que se celebra del 5 al 7 de octubre, el stand conjunto de las empresas de Portugal promovido por Portugal Fresh (Asociación para la Promoción de Frutas, Hortalizas y Flores de Portugal) se instalará en el pabellón 8 de Ifema Madrid y ocupará más de 400 metros cuadrados. Según la asociación, “la lucha contra el cambio climático y el papel de las empresas productoras de frutas, hortalizas y flores en la promoción de la sostenibilidad será uno de los temas destacados en el stand”.

Para Portugal Fresh, Fruit Attraction es “una de las principales ferias de negocios del sector” y tras la suspensión de formato original en 2020 debido a la crisis sanitaria de la COVID-19 “vuelve al formato presencial, contemplando también un fuerte componente digital e integrando un conjunto de normas y protocolos relacionados con la COVID-19, con el fin de garantizar la seguridad de todos los participantes y visitantes”. Así, desde la asociación lusa señalan que “Fruit Attraction 2021 representa también el regreso de la presencia física en eventos internacionales de las empresas productoras de frutas y hortalizas portuguesas”.

**La lucha contra el cambio climático y el papel de las empresas productoras de frutas, hortalizas y flores en la promoción de la sostenibilidad será uno de los temas destacados del stand**

Tras un año complejo y lleno de retos, “la vuelta a las actividades de internacionalización en los mercados objetivo es una noticia muy positiva”.

A pesar de todo el contexto, las sucesivas participaciones de Portugal Fresh en ferias internacionales en los últimos diez años han ayudado a las empresas portuguesas a fomentar los contactos con sus clientes externos. “En 2020, el sector no se detuvo y las exportaciones crecieron un 4,4% en valor respecto al año anterior”, afirma Gonçalo Santos Andrade, presidente de Portugal Fresh.

En cuanto al énfasis que se da, en esta presencia conjunta portuguesa, a la sostenibilidad y a la lucha contra el cambio climático, Gonçalo Santos Andrade afirma que “el sector considera muy positivo el liderazgo mundial de la Unión Europea en la lucha contra el cambio climático y reforzará su compromiso y su ambición para lograr el equi-

librio adecuado entre la sostenibilidad medioambiental, social y económica”.

La participación conjunta en Fruit Attraction promovida por Portugal Fresh tiene lugar en el marco del plan de acción de su Proyecto Conjun-



Para Portugal Fresh, Fruit Attraction es una de las principales ferias de negocios del sector.

to de Internacionalización, cuyo principal objetivo es promover la competitividad de las empresas del sector de las frutas, hortalizas y flores, en particular su capacitación para la exportación e internacionalización. La asociación señala que en la última década, el valor de las exportaciones nacionales de frutas, hortalizas y flores se ha duplicado, pasando de 780 millones de euros (M€) en 2010 a 1.683 M€ en 2020 y que “el sector exporta ya más de la mitad del valor de la producción”.

**LOS QUE PRODUCEN  
SALUDAN...**



**... LOS QUE PREFIEREN  
LA CALIDAD  
Y UTILIDAD  
DOMPLEX**



**PLASTIDOM**  
Plásticos Industriais e Domésticos, S.A.

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