

valencia fruits

28 de septiembre 2021 • Número 2.953 • Año LIX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Un agricultor lleno de ceniza recoge una piña de plátanos en una finca de la isla de La Palma durante la erupción. / KIKE RINCÓN. EUROPA PRESS

Angustia e incertidumbre ante la erupción del volcán en La Palma

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.
La naturaleza ha vuelto a hacer sentir su fuerza en una forma a la que estamos poco acostumbrados en España. Cincuenta años después de la erupción del Teneguía un nuevo volcán despertaba en la isla de La Palma. Una erupción de tipo estrombo-

liano en la que no están faltando explosiones, gases, cenizas y lava que discurre a velocidad impredecible según las fisuras, la temperatura y la composición del magma. Cuando aún no sabemos si la lava llegará al mar, aumentando su capacidad para producir gases tóxicos y otros

efectos adversos, nos mantenemos pendientes de la información, esperando poder decir que ya ha terminado para poder empezar con la reconstrucción de una isla que no será la misma bajo la lava y tras las cenizas. Esta fotografía de un agricultor en una platanera con la ceniza

que todo lo cubre se ha convertido en la imagen de una catástrofe que va a afectar todo, incluida la agricultura, en la Isla Bonita, en la que el 50% del PIB procede del plátano y que produce un tercio de esta fruta en España.

Más información en página 10



Esta semana

3 Las cadenas de distribución disparan las importaciones de cítricos en el inicio de la campaña española



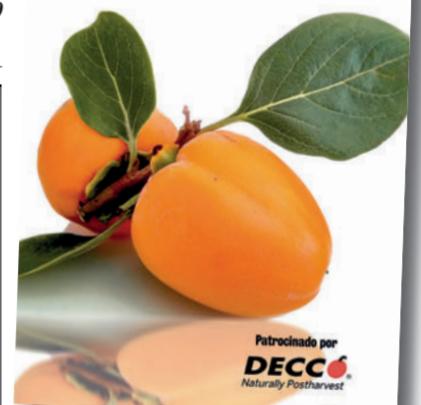
4 Ruinosa campaña de sandía en la comunidad de Castilla-La Mancha



8 Andalucía producirá 2.401.291 toneladas de cítricos esta temporada



20 La Entrevista
Entrevista a Jorge Bretó, CEO de Citrosol



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	8
Agrocotizaciones:	15
Noticias de empresas:	23

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

Erradicar el hambre

Por GONZALO GAYO

La agricultura europea debe afrontar retos históricos. Durante las próximas décadas se producirá un aumento de la demanda mundial de alimentos y de energía de la tierra debido al crecimiento de la población y al desarrollo económico. Coincidirá con la necesidad de adaptar la agricultura a las crecientes amenazas relacionadas con el clima, al mismo tiempo que se disminuye el impacto de las emisiones agrícolas para el cambio climático mientras crecen las desigualdades en un mundo injusto donde mueren cada año 2,7 millones de niños por hambre.

La producción mundial de alimentos debe duplicarse de aquí a 2050 para tener en cuenta el crecimiento de la población y la evolución de los hábitos alimentarios. Además hay que hacer frente a los efectos del cambio climático sobre la biodiversidad, la calidad del suelo y del agua, las hambrunas acrecentadas por el impacto de la pandemia y a las exigencias del mercado mundial.

Crecen las necesidades de alimentación en el mundo en las próximas décadas, cuando aún no hemos sido capaces de erradicar el hambre, mientras muere la población más necesitada de apoyo por un mínimo sentido de justicia y dignidad. La situación de los países con mayor incidencia de desnutrición infantil se ha visto agravada por el impacto de una pandemia que ha hecho más pobres a los pobres. A nivel mundial, más de 1.420 millones de personas, entre ellas 450 millones de niños, viven en áreas de alta o extrema vulnerabilidad al agua y hambruna.

En los últimos años, el cambio climático está agravando los efectos de las sequías. También las zonas de conflicto o que sufren sequías son más propensas a que su población se vea forzada a huir de sus hogares. En las últimas décadas, el mundo ha logrado importantes avances en relación a la desnutrición crónica, que se ha reducido casi un 40% desde 1990. Sin embargo, todavía mueren cerca 2.800.000 niños al año por causas que tienen que ver con la desnutrición.

Además, la situación se agrava cuando solo un 1,1% de la población de los

países más pobres está vacunada según los últimos datos de Our World in Data frente al 70% en Europa o el 54% en los países más avanzados. La COVID-19 es la gota que ha colmado el vaso para millones de personas que ya tenían que hacer frente a los efectos de los conflictos, el cambio climático y la desigualdad, y a un sistema alimentario disfuncional que ha empobrecido a millones de productores de alimentos, y de trabajadores de ese sector.

Mientras tanto, los más ricos siguen obteniendo beneficios: ocho de las mayo-

en las últimas décadas para ayudar a los agricultores a afrontar estos desafíos y a responder al cambio de actitudes y expectativas de las personas. La política agrícola de la UE abarca una amplia gama de ámbitos, incluida la calidad de los alimentos, la trazabilidad, el comercio y la promoción de los productos agrícolas de la UE. La UE apoya financieramente a sus agricultores e impulsa las prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, invirtiendo, al mismo tiempo, en el desarrollo de las zonas rurales. Pero también es obligada una mirada al mundo para contribuir a erradicar las muertes de la población infantil por falta de alimentos.

Los sistemas alimentarios no pueden ser resistentes a crisis como la pandemia de la COVID-19 si no son sostenibles. Europa va a rediseñar el sistema alimentario y debe contribuir también a ofrecer soluciones en la lucha contra el hambre en el mundo. Las nuevas tecnologías y los descubrimientos científicos, combinados con el aumento de la conciencia pública y la demanda de alimentos sostenibles, beneficiarán a todos con justicia y equidad.

La estrategia de la 'granja a la mesa' tiene como objetivo acelerar nuestra transición hacia un sistema alimentario sostenible que debería tener un impacto ambiental neutro o positivo, así como ayudar a mitigar el cambio climático y adaptarse a sus impactos, y revertir la pérdida de biodiversidad. Y es por ello que podemos contribuir en su implantación en otros lugares del mundo para garantizar la seguridad alimentaria, la nutrición y la salud pública, asegurándose de que todos tengan acceso a alimentos suficientes, inocuos, nutritivos y sostenibles.

La industria y los servicios relacionados con la agricultura y la alimentación representan más de 44 millones de puestos de trabajo en la UE y solo el sector agrícola da trabajo regular a 20 millones de personas. La UE, gracias a su variado clima, sus suelos fértiles, las capacidades técnicas de sus agricultores y la calidad de sus productos, es uno de los principales productores y exportadores mundiales de productos agrícolas y debemos contemplar nuestro papel en la construcción de un mundo en el que no muera un solo niño por falta de alimento.



UNICEF advierte del aumento de las necesidades de alimentación en el mundo. / UNICEF

res empresas de alimentación y bebidas han pagado a sus accionistas dividendos por un valor de más de 18.000 millones de dólares desde enero de este año, a pesar de que la pandemia ya se estaba extendiendo por todo el mundo. Esta cifra es diez veces superior a la cuantía que las Naciones Unidas ha solicitado para evitar que la gente siga pasando hambre.

Desde UNICEF nos recuerdan que se sigue trabajando sin descanso en las principales emergencias nutricionales de la actualidad. Durante 2020 se salvó de muerte por desnutrición a casi 5 millones de niños y niñas menores de 5 años en todo el mundo. Aun así, millones de niños siguen necesitando alimento terapéutico para sobrevivir. Casi el 90% de los niños que reciben tratamiento contra la desnutrición aguda se recuperan pero mueren en un año casi tres millones de menores por falta de alimentos y de la necesaria solidaridad en un mundo tremendamente injusto.

Europa puede y debe contribuir a erradicar el hambre en el mundo a través de la PAC. La política agrícola de la UE ha evolucionado considerablemente

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Las cadenas de distribución disparan las importaciones de cítricos

COAG y Asaja Alicante denuncian un incremento de las importaciones de cítricos de Sudáfrica para “reventar el mercado” en el inicio de la campaña española

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) denuncia un considerable incremento de las importaciones de cítricos por parte de las cadenas de distribución con el objetivo de “reventar el mercado” en el inicio de la campaña española. Además, se están detectando prácticas fraudulentas y erróneas en los lineales de la distribución comercial, en los que se presentan supuestos cítricos españoles cuando realmente se trata de importaciones mal etiquetadas para confundir al consumidor.

“Las importaciones de cítricos son masivas y crecientes y ya no solo pretenden cubrir las fechas en las que puede no haber producto en nuestro país, sino que se utilizan para especular, acumulando producto traído desde miles de kilómetros de distancia, para saturar de forma artificial el mercado y tirar los precios en nuestro comienzo de campaña”, ha subrayado Pedro Gomáriz, responsable del sector cítrico de COAG.

La previsión de cosecha para esta campaña, si bien es algo más ajustada que la media de las precedentes, se sitúa en cantidades más que suficientes para atender las necesidades de los mercados. El aforo presentado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para la temporada 2021/2022 estima una producción de 6.705 millones de toneladas, un 2,1% inferior a la media de los últimos cinco años.

En este sentido, COAG reclama a las autoridades competentes que refuercen las inspecciones para acabar con estas situaciones, al tiempo que llama a las cadenas de distribución a realizar una apuesta firme y decidida por el producto nacional desde el inicio de campaña, evitando las prácticas especulativas y, en ocasiones fraudulentas, que solo generan miseria a productores y destrucción de riqueza en el conjunto de nuestro territorio con importaciones innecesarias. “Nuestras producciones de naranjas, clementinas, limones o pomelos son más sanas y seguras para el consumidor que las importaciones, porque producimos bajo los más altos estándares de calidad, pero además son más beneficiosas para el planeta por, entre otras cosas, no recorrer grandes distancias en el transporte”, ha afirmado el responsable de COAG.



Detectado en punto de venta etiquetado engañoso o erróneo que genera confusión en el origen del producto. / COAG

Las importaciones de cítricos se han convertido en productos especulativos para saturar de forma artificial el mercado y tirar los precios

“Mientras los productores españoles mantienen unas estrictas normas de producción, las importaciones llegan de manera descontrolada, utilizan materias activas no autorizadas en la UE y suponen un grave riesgo por la entrada de plagas no presentes en los campos españoles. Por ejemplo, hasta finales del mes de agosto Sudáfrica, uno de los principales proveedores de cítricos de fuera de la UE, ya acumulaba 28 detecciones con organismos nocivos y peligrosos, principalmente Mancha negra (17) y *Thaumotibia leucotreta* (10), sin reacción por parte de las autoridades comunitarias, que continúan permitiendo este coladero en nuestras fronteras. Tanto los aspectos fitosanitarios como el demoleador daño en los mercados que producen las importaciones sudafricanas deben ser tenidas en cuenta por las autoridades de la UE en las actuales negociaciones del acuerdo de liberalización comercial con Sudáfrica, adoptando



Asaja Alicante pide tranquilidad y prudencia a todos los agricultores y les aconseja que no tengan prisa a la hora de vender su cosecha. / ASAJA ALICANTE

medidas restrictivas que protejan la citricultura europea”, señalan desde la organización agraria.

Sudáfrica continúa siendo el primer origen de las importaciones de cítricos a la UE, con un volumen de 421.370 toneladas entre el 1 de septiembre de 2020 y el 30 de junio de 2021 (+6,9% en relación a la media de los últimos 5 años en el caso de las naranjas), seguido de Egipto (325.256 toneladas), que está en claro crecimiento, especialmente en naranja, por delante de Turquía (240.555 toneladas) y de Marruecos (139.265 toneladas).

■ DESDE ASAJA ALICANTE

Ante los intentos detectados por parte de las grandes cadenas de distribución de presionar con precios a la baja a los productores alicantinos en el inicio de la campaña cítrica, Asaja Alicante quiere mandar un mensaje de tranquilidad y prudencia a todos los agricultores y les aconseja que no tengan prisa a la hora de vender su cosecha, como consecuencia de la presión que está ejerciendo la Gran Distribución, que está intentado “boicotear” el inicio de la campaña de cítricos aprovisionándose de forma masi-

va de cítricos de Sudáfrica. “Las grandes cadenas están comprando de forma masiva cítricos de Sudáfrica, que está importando ahora mucho, debido a que, por los problemas sociales que ha tenido, anteriormente no lo ha podido hacer durante el grueso de su campaña. Cabe tener en cuenta que a Sudáfrica le quedan quince días de campaña y que la previsión cítrica española que hizo hace unos días el Ministerio de Agricultura este año es menor, con un descenso acusado del limón de un 19,2% menos que en la campaña anterior en la Comunidad Valenciana. Por ello, el mercado español y europeo van a poder absorber sin problemas la producción nacional, con lo que se esperan precios razonables y que ofrezcan rentabilidad en campo. Sabemos de intentos de operaciones recientes de la Gran Distribución de limón Fino a 0,30 céntimos el kilo, lo que implica que con el descenso de producción y el incremento de los inputs como el agua, la electricidad, el salario mínimo y los tratamientos, este año es un precio por debajo de costes por el que no vamos a permitir vender”, denuncia el presidente de Asaja Alicante, José Vicente Andreu.

Asaja Alicante informa de que en estos momentos el mercado cítrico está muy poco activo, con muchas existencias del limón de Sudáfrica, pero augura que para mediados de octubre se reactiven de forma viva las operaciones con precios razonables en origen. “Hay que destacar que el octubre la Unión Europea tiene que renegociar el acuerdo con Sudáfrica, y será ese el momento para exigir reciprocidad y cláusulas de salvaguarda, por lo que reclamamos a nuestros políticos, de España y Europa, que tomen buena nota de lo que ya está pasando, de los intentos de hundir la campaña por la Gran Distribución, y defiendan a los agricultores europeos como se merecen”, afirma Andreu.

Asimismo, Asaja se reitera en que se prohíba la venta a pérdidas en la nueva Ley de Cadena Alimentaria que está a punto de aprobarse en el Parlamento, por considerarse que sólo así quedará protegida la lealtad en las transacciones comerciales entre los operadores y la aportación de valor en todos los eslabones que intervienen en la cadena. “Desde Asaja incidimos en la necesidad de extender la prohibición de la venta a pérdidas en todos los eslabones de la cadena, incluido el de la venta final y que supondría otorgar el reconocimiento público al sector agrario como elemento estratégico en la cadena alimentaria. La regulación de la prohibición de la venta a pérdidas es la principal reivindicación de asociaciones y patronales del sector agroalimentario y una de las medidas más importantes de la reforma y esperemos que sea una realidad en la votación de la reforma de la Ley que tendrá lugar esta misma semana en el Congreso de los Diputados para que no volvamos a vivir situaciones como la que atraviesan ahora los cítricos españoles”, afirma el presidente de Asaja Alicante.



■ A 25 DE SEPTIEMBRE

Exportados 2.384.959 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2021/2022, a 25 de septiembre, se han enviado a países terceros, en exportación (2.158.594) y reexportación (226.365), un total de 2.384.959 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2020/2021, a 26 de septiembre de 2020, lo exportado eran 935.247 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 21/22		Campaña 20/21	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	26.840		41.716	
Cabo Verde	22.960	6.753	10.107	
Canadá	8.400		40.198	22.950
Costa de Marfil		13.450		4.787
Emiratos Arabes Unid	1.917		6.587	
Gibraltar	19.591	4.318	18.823	6.256
Gran Bretaña	1.392.836	43.600		
Guinea		3.504	3.300	
Guinea Ecuatorial	3.082	20.951	15.507	27.998
Kazajistán	35		3	
Mali		3.435		9.777
Marruecos			38	52
Mauritania		1.200	31	257
Noruega	5.180		61.431	
Qatar	19.674		1.256	
Rep. Centroafricana		47.282		24.165
Serbia	184.320		162.200	
Suiza	452.660	81.872	353.258	124.551
Ucrania	21.100			
Por variedades (Kg):				
Clausellina	221		130	
Satsuma	1.150.670		250.619	9
Clementina	22.266	69	72.130	692
Clementina hoja	18.592	251	4.392	
Otras mandarinas	78.187	6.655	5.148	7.611
Uso industrial	6.720			
Nadorcott		9.601	300	35.213
■ TOTAL MANDARINAS	1.276.657	16.575	332.718	43.525
Navelina	11.914		24.391	2.865
Navel	9.307	1.938	2.157	257
Navel Late	4.129	546	3.545	257
Lane Late	62			
Salustiana	201		332	
Valencia Late	174.092	68.768	109.920	55.954
Verna	1.099	433	516	9
Otras	22.605	16.373	32.531	9.537
Barberina	1.240		252	47
■ TOTAL NARANJAS	224.648	88.059	173.644	68.668
■ TOTAL LIMONES	652.481	117.851	207.697	103.190
■ TOTAL POMELOS	3.904	3.880	395	5.359

“La campaña de sandía en Castilla-La Mancha ha sido una auténtica ruina”

Cristóbal Jiménez, presidente de la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha avanza que las pérdidas para el productor de sandía alcanzarán unos 4.000 € por hectárea

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El presidente de la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha señala que la campaña de sandía, aunque se ha recuperado un poco en las dos últimas lonjas, “ha sido una auténtica ruina”. Cristóbal Jiménez asegura que en las próximas semanas se podría confirmar la estimación de la Interprofesional, y considera que “podríamos estar ante una campaña con unas pérdidas económicas para el productor de sandía de unos 4.000 euros por hectárea”.

Por otro lado, Jiménez indica que “el precio del melón ha sido menos ruinoso, sin poder llegar a ser considerado bueno porque están saliendo menos kilos por hectárea de los esperados”. En su recta final, “no solo no ha subido, sino que se ha reajustado a la baja”.

Así las cosas, “el precio cubre los costes de producción, sin dejar rentabilidad apreciable al productor”. No obstante, Cristóbal Jiménez celebra que, en el caso del melón, “este año la superficie sembrada ha sido todo un acierto”, logrando ajustar muy bien la oferta a la demanda.

En términos de calidad, ha primado como cada campaña la excelencia característica de este cultivo en La Mancha.

La Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha recuerda que el sector garantiza el abastecimiento del mercado, con productos de excelente calidad hasta mediados de octubre. En este sentido, el presidente Cristóbal Jiménez señala que



Los precios de la sandía se han mantenido bajos durante toda la temporada. /VF

se encuentran “en la recta final de la campaña”, pero incide en que pueden “atender la demanda de melón y sandía sin ningún problema hasta el próximo 15 de octubre”.

Jiménez insiste en que “no hay necesidad de recurrir a importar melón de terceros países hasta esa fecha”. De hecho, estima que “todo lo que sea importar antes de mediados de octubre será muy perjudicial para los intereses del sector, ya muy mercados como consecuencia de los precios que estamos teniendo en esta campaña”.

Recuerda que “estos cultivos contribuyen a crear empleo y a la sostenibilidad de la España vaciada”. El presidente de la Interprofesional hace hincapié en la excelente calidad del producto nacional, así como el precio ra-

zonable al que está llegando al consumidor.

■ VENTA A PÉRDIDAS

La Interprofesional se suma a la petición que han hecho productores, industria y distribución a los distintos grupos políticos para pedir que se prohíba la venta a pérdidas en la nueva Ley de la Cadena Alimentaria que está a punto de aprobarse en el Parlamento. Para la organización es fundamental dar seguridad jurídica a los todos eslabones que intervienen en la cadena y otorgar así reconocimiento público al sector agrario.

La Interprofesional considera que es primordial que cada año se revisen los costes de producción teniendo en cuenta la tendencia alcista que están sufriendo los insumos.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Unió de Llauradors denuncia que Sudáfrica siguió acaparando en agosto los rechazos de envíos de cítricos al ámbito comunitario con organismos nocivos y peligrosos y Argentina vuelve otra vez a las andadas con nuevas interceptaciones tras retomar sus exportaciones.

Sudáfrica alcanza 19 interceptaciones en todo este año, 9 de ellas en agosto, y 7 de ellas con *Phyllosticta citricarpa*—CBS— y 2 con *Thaumatococcus leucocotretia*. Esta situación pone de manifiesto su incapacidad, a las puertas de la revisión del acuerdo comercial con la Unión Europea, de garantizar envíos libres de plagas y supera los rechazos con 6 nuevas interceptaciones (19 por 13), hasta el mes de agosto. Ahora mismo los lineales de nuestros supermercados están llenos de cítricos sudafricanos, según denuncia La Unió.

Por su parte, Argentina tiene 2 rechazos en agosto, de *Phyllosticta citricarpa*—CBS— y de *Xanthomonas*, justo cuando retoma otra vez sus exportaciones tras la paralización del pasado año precisamente por su alto nivel de plagas detectado en frontera.

Sudáfrica sigue sumando rechazos de cítricos con plagas y Argentina vuelve a las andadas

Las interceptaciones al país africano manifiestan su incapacidad, a las puertas de la revisión de su acuerdo comercial con la UE, de garantizar envíos libres de plagas

“Los argentinos comienzan a exportar a la UE y vuelven a incumplir la entrada sin plagas de sus cítricos”, indica Carles Peris, secretario general de La Unió. En agosto también se detectan 5 envíos rechazados desde Brasil con *Xanthomonas* y otro de Túnez con *Diaspididae*.

Desde que en 2016 la UE suscribiera el Acuerdo de Asociación Económica con los Estados de la Comunidad para el Desarrollo del África Meridional-SADC (Sudáfrica, Botsuana, Lesoto, Namibia, Suazilandia y Mozambique), se han producido numerosas detecciones de plagas cítricas y enfermedades en frontera e incluso un cierre voluntario de

las exportaciones sudafricanas. Sudáfrica por tanto no cumple, no ofrece garantías y la situación es todavía más preocupante de cara a la inminente revisión del acuerdo que corresponde realizar este año. En este sentido La Unió aboga por una revisión en profundidad “porque siendo comercial, tiene evidentes consecuencias fitosanitarias para la sanidad vegetal de la citricultura europea”.

Carles Peris indica al respecto que “instamos a la Comisión Europea y al resto de instituciones de la UE y al Gobierno de España, a que impulsen la revisión del mismo y se analice en profundidad su repercusión comer-

cial, así como las consecuencias fitosanitarias que existen sobre el sector cítrico europeo”. Asimismo, las autoridades europeas deben cumplir con su propia normativa y certificar la ausencia de enfermedades en la fruta importada mediante el tratamiento de frío o *cold treatment*, algo que ya utilizan muchos países importadores y que son también potencias cítricas como Australia, Corea, China, India o Japón.

El Acuerdo con Sudáfrica contempla en su Anexo I la reducción progresiva de los derechos de aduana para las naranjas dulces, algo que se inició precisamente con la entrada en vigor del Acuerdo y que se eliminan

definitivamente en el año 2025. La incidencia sobre el sector cítrico valenciano, español y europeo de la aplicación de este punto concreto del Acuerdo ha traído consecuencias muy negativas, tanto desde el punto de vista económico —objetivo del Acuerdo— como fitosanitario y que ha sido expuesto ampliamente y de forma justificada en siete informes técnicos realizados por La Unió que fueron presentados en su día en Bruselas.

La Unió insiste en que la producción agrícola en la UE está sujeta a controles fitosanitarios estrictos y comparados con otros países existen niveles muy avanzados de control de residuos y medidas ambientales. Por ello, reclama que las importaciones de países terceros cumplan con los mismos estándares rigurosos, sostenibles y de garantía sanitaria que lo hacen los cítricos europeos. En el marco del Pacto Verde Europeo y de la estrategia De la granja a la mesa, que aboga por un sistema alimentario de la UE más saludable y sostenible, no tiene ningún sentido mantener en estos momentos las mismas condiciones en los acuerdos que cuando se firmaron.

Reducimos la Huella de Carbono y la emisión de Gases Efecto Invernadero



CONTRIBUIMOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE Y A LA REDUCCIÓN DE LAS PÉRDIDAS ALIMENTARIAS

Disminuimos el uso de Energía



Reducimos la Huella Hídrica



Hemos desarrollado Recubrimientos Vegetales y una gama completa de productos para Agricultura Ecológica

CITROSOL SUNSEAL® Y CITROSOL A S UE Recubrimientos para cítricos que disminuyen la huella de carbono y la emisión de gases efecto invernadero pues reducen la temperatura de secado en los túneles.

SISTEMA CITROSOL VERTIDO CERO® Sistema para el control del podrido que disminuye la huella hídrica pues reutilizamos el caldo de tratamiento, evitando así generar aguas residuales.

SISTEMAS CITROCIDE® Sistemas para el lavado higiénico de frutas y hortalizas y IV Gama, que garantizan la seguridad alimentaria. Reducen la huella hídrica, ya que desinfectan el agua de lavado y se consigue la recirculación de la misma.

BIOCARE by CITROSOL Gama de productos certificados como insumo para agricultura ecológica:



CITROCIDE® PC y PLUS | Coadyuvantes tecnológicos para el lavado higienico de FyH.

FUNG-CID BIO BNa | Fungistático para el control del podrido.

PLANTSEAL® y PLANTSEAL® Shine-Free | Recubrimientos vegetales.



Visítenos en el
Pabellón 3 / Stand 3E12



@Citrosol_com



CITROSOL

www.citrosol.com

info@citrosol.com

OPINIÓN

Cooperativas, un valor más allá del mercado

Lejos queda el 12 de diciembre de 2015, y por ello es fácil que nos traicione la memoria a la hora de recordar lo que sucedió aquel día, pese a que los medios de comunicación no hablaban de otra cosa en esos momentos. Esto nos confirma dos cosas: que es fácil que la memoria nos traicione antes o después, y que lo que sale del foco mediático acaba por no existir en el imaginario colectivo. El 12 de diciembre de 2015 es la fecha en la que se aprobó el Acuerdo de París sobre Cambio Climático, en el marco de la COP21. Ese mismo año, también se aprobó la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, de la cual emanan 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, que de modo sintético conocemos como ODS. Cuatro años después, en 2019, la Unión Europea presentó su estrategia de crecimiento, dentro del marco conocido hoy como Pacto Verde Europeo.

Ayudemos un poco a nuestra memoria. El Acuerdo de París es un tratado internacional sobre el Cambio Climático, jurídicamente vinculante, adoptado por 196 países, cuyo objetivo principal es el de limitar el calentamiento global y que tiene como última meta alcanzar la neutralidad climática. La Agenda 2030 es el resultado de un proceso participativo en el seno de Naciones Unidas, cuyo objetivo es avanzar hacia sociedades con un crecimiento económico inclusivo, con mayor cohesión y justicia social, en paz, y con un horizonte medioambiental sostenible. Con la puesta en valor de esta Agenda, a través de los 17 Objetivos que define, se trata de promover una prosperidad económica compartida, el desarrollo social y la protección ambiental de los 193 países agrupados en el seno de la ONU. Finalmente, el Pacto Verde Europeo es el eje político y legislativo de la Comisión Europea, la hoja de ruta global a desarrollar durante los próximos años y, en cierta forma, el compendio de los compromisos adquiridos en los marcos ya descritos.

Entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, figuran algunos genéricos y universales como Hambre Cero, Fin de la Pobreza o Educación de Calidad, en los que los cambios deben impulsarse mayoritariamente desde las políticas nacionales e internacionales, y los hitos deben alcanzarse a partir de esos cambios. Entre los 17 ODS existen también algunos en los que nuestra actividad, ya sea en el campo, en el almacén o de carácter social, puede participar de modo directo en su consecución. Así, Salud y Bienestar, Igualdad de Género, Energía Asequible y No Contaminante, Trabajo Decente, Innovación, Reducción de las Desigualdades, Sosteni-



El 12 de diciembre de 2015 se aprobaba el Acuerdo de París sobre Cambio Climático, en el marco de la COP21. / COMISIÓN EUROPEA

bilidad, Producción y Consumo Responsable, Acción por el Clima, o Alianzas para Lograr estos Objetivos, son ámbitos en los que es evidente que nuestro sector tiene la posibilidad de actuar. Incluso se podría decir que tiene la obligación moral y/o jurídica de hacerlo.

Pero no cabe duda de que este enfoque de la actividad empresarial supone unas cargas distintas, en relación con quien se pone de perfil en la consecución de estos objetivos. De hecho, la nueva PAC, desarrollada dentro del marco del Pacto Verde Europeo, configura un escenario de mayores obligaciones con menos recursos. Pese a ello, lo que se pretende conseguir tiene un valor inmenso, por lo que solo queda ponerse a trabajar, más que protestar. El sector cooperativo agroalimentario, de modo particular, está inmerso en un trabajo de definición de su participación en los distintos ODS, convirtiéndose en agente imprescindible para alcanzar el cumplimiento de la Agenda 2030. Y eso sin perder de vista que, a la vez, hay que competir en un mercado con costes y exigencias normativas crecientes, con una notable ausencia de igualdad y de reciprocidad entre los distintos actores del mercado.

La pregunta es si es posible poner en valor todo el esfuerzo realizado en beneficio de toda la sociedad, en un contexto comercial en el que el principal desencadenante del acto de compra es el precio. Todos los informes realizados en el contexto social europeo hablan de un consumidor comprometido y exigente en ámbitos como el social o el de la seguridad alimentaria. En cierta

forma, parece que determinados valores están más que amortizados o asumidos y que, por ello, no intervienen con mayor peso en el acto de la compra. Es como si existiera una doble vara de medir para el productor europeo, comprometido con su sociedad y generando bienes comunitarios, en este caso coste cero, mientras que detrás del precio no se va-

Lo que hoy llamamos ODS, compromisos contra el cambio climático o desarrollo del Pacto Verde Europeo no dejan de ser la plasmación en negro sobre blanco y en la esfera política de buena parte de aquello que las cooperativas hacemos por el mero hecho de ser quienes somos, por nuestros principios y valores

lora el origen, el contexto en el cual se ha producido, ni la participación de los países terceros en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Es seguro que cualquier ciudadano europeo apostará por cada uno de los ODS en el plano teórico, pero a la hora de bajar a la arena, y de ser consecuente, aparece una especie de amnesia colectiva. Y si no, tan solo hay que ver cómo nuestros competidores de países terceros, con condiciones sociales y laborales distintas a la europea y con menos restricciones a la hora de poder utilizar recursos prohibidos en Europa -pues se entiende que son nocivos para la salud de los ciudadanos o impactan negativamente en el entorno- cada vez remiten cantidades mayores de producción a Europa.

Y no es precisamente porque se haya incrementado el consumo comunitario de frutas y hortalizas, sino simplemente porque alcanzan mayores cuotas de mercado al tener toda una serie de ventajas competitivas que Bruselas no puede o no quiere neutralizar.

Pese a todo, el sector cooperativo agroalimentario ha estado, está y estará comprometido con esta causa. No ya por obtener un mejor posicionamiento en el mercado, en caso de que se puedan poner en valor sus actuaciones, si no ya por su propia idiosincrasia y razón de ser. Una cooperativa es, ante todo, una empresa que compete en el mercado en igualdad con el resto de los actores que forman parte del mismo, pese a que hay quien se empeña en presentarla como algo de otros tiempos.

Pero, a diferencia de cualquier empresa mercantil, una cooperativa actúa a partir de una serie de compromisos en el ámbito laboral, social y medioambiental. No quiero decir con esto que las cooperativas tengamos la exclusividad de estos valores, pero lo que sí es cierto es que forman parte de nuestro ADN y de nuestra razón de ser, desde hace muchas décadas. Cuando un consumidor adquiere un producto de origen cooperativo, participa en la generación de una serie de valores positivos, de los que se beneficia un colectivo mayor.

La razón de ser de una cooperativa agroalimentaria está en sus socios y su entorno, pues no se puede deslocalizar. Contaminar, por tanto, le supone perjudicarse a sí misma y a sus socios, de ahí que su compromiso con la sostenibilidad es el mayor posible. En este sentido, cabe destacar la labor que viene realizando nuestras Agrupaciones de Tratamientos Integrados en Agricultura (ATRIAs) que, a partir del asesoramiento conjunto y continuado a los socios, introducen técnicas de vanguardia,



Por CIRILO ARANDIS (*)

cada vez más respetuosas con el medioambiente, utilizando para ello productos inocuos y aprovechando la fauna útil.

Un ejemplo de lo hecho es la puesta en marcha, por parte de muchas cooperativas en la Comunitat Valenciana, de sus propios insectarios como una de las medidas ante la aparición de los cotonets. Esta estrategia no es nueva, pues las cooperativas valencianas fueron pioneras en la apuesta por la lucha integrada, trabajando en ella antes incluso de que se le diera este nombre para definirla. Su apuesta por la utilización de técnicas colectivas que reducen el uso de agua es también un ejemplo de compromiso con el entorno, así como el nuevo proyecto de creación de Comunidades Energéticas Locales (CEL) a partir de la energía eléctrica generada de modo limpio por la propia cooperativa y por los diferentes agentes a los que puede implicar. Esto garantiza tanto el autoconsumo de la propia cooperativa como un suministro energético limpio para todas las personas y entidades asociadas a la CEL.

Una de las exigencias de la nueva PAC es la llamada condicionalidad social, es decir, el respeto a la normativa laboral por parte de las empresas. En este sentido, esta exigencia no supone ningún esfuerzo añadido para las cooperativas, pues ya se venía cumpliendo, sobre todo si tenemos en cuenta que muchos de sus trabajadores son también socios de las mismas. Tenemos, además, convenios laborales de los más avanzados en relación con otros vigentes, donde los salarios son idénticos entre hombres y mujeres, dando impulso con ello a la consecución del objetivo social de la paridad en la presencia en los órganos de gestión y decisión de nuestras entidades.

Por estas y otras cuestiones, la cooperativa supone un referente en su entorno, en términos laborales. A decir verdad, también en términos económicos, pues la liquidación de la cooperativa siempre es el valor a batir, y llega a un número amplio de productores, en un ejemplo claro de redistribución de la riqueza en el mundo rural, es decir, allí donde se genera.

Así pues, y como podemos ver, las cooperativas son, por definición, empresas comprometidas con las personas y el entorno. A partir de ese compromiso, han sido capaces durante años de generar un cambio positivo allá donde desarrollan su actividad. Lo que hoy llamamos ODS, compromisos contra el cambio climático o desarrollo del Pacto Verde Europeo no dejan de ser, en esencia, la plasmación en negro sobre blanco y en la esfera política de buena parte de aquello que las cooperativas hacemos por el mero hecho de ser quienes somos, por nuestros principios y valores.

(*) *Presidente de la sectorial de Frutas y Hortalizas de Cooperativas Agroalimentarias.*

El ministro de Agricultura visita la Feria de Zaragoza

Planas advierte que “sí o sí” habrá Plan Estratégico de la PAC antes de final de año

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, advirtió el pasado jueves en Zaragoza que antes del 31 de diciembre “sí o sí” habrá Plan Estratégico de la Política Agraria Común (PAC). Reconoció que existen posturas encontradas entre comunidades autónomas y malestar en una gran parte del sector agrario, pero antes de final de año el documento tiene que estar en los despachos de Bruselas. Y será así, según dijo, “porque ni el Estado ni este Gobierno va a dejar sin cobrar a los agricultores y ganaderos en 2023 como consecuencia de debates técnicos que pueda haber entre unos y otros”.

Planas hizo estas declaraciones durante su visita el pasado jueves a la Feria Internacional para la Producción Animal (Figar), que se celebró en Zaragoza y en la que participaron 827 marcas expositoras de 27 países, y contó con unos 50.000 visitantes.

El ministro insistió en que tiene “muy claro” cuál es el punto de vista de Aragón: “Me parece legítimo, lo digo en voz alta, como me parecen legítimas las posturas de cada una de las 17 comunidades autónomas”.

Precisamente, las organizaciones agrarias con presencia en Aragón, UAGA, Asaja, Araga y UPA, ultiman una movilización conjunta en Zaragoza, previsiblemente el 8 de octubre, para que se rectifique “la PAC de Planas.”

En las referidas declaraciones, el titular de Agricultura precisó que es a él a quien le toca “el honor y la responsabilidad” de llevar un documento, no 17 planes. Y añadió que “el consejero Joaquín Olona defiende los postulados de Aragón, y lo hace muy bien y lo explica muy bien,



El ministro de Agricultura, Luis Planas, el pasado jueves en la Feria de Zaragoza. / JO

pero después hay que llegar a una síntesis porque sin síntesis no hay plan, y si no hay no hay cobro de la PAC”.

■ AYUDAS ACOPLADAS

Planas detalló que con la nueva PAC las ayudas acopladas se incrementan en un 15%, y prácticamente casi el 100% van dedicadas al sector ganadero, porque hay “una gran prioridad en apoyar la ganadería extensiva”, por lo que se mantienen los apoyos del periodo anterior y se va a reforzar las primas al ovino, caprino y vacuno de leche.

Explicó que ya no habrá 50 regiones de pago de la ayuda a la renta y la sostenibilidad. Pero la decisión del Ministerio, que las reduce a 20, para alcanzar la mejor convergencia queda muy lejos de la propuesta defendida por Aragón.

Con ello, “las referencias históricas desaparecen”, pero eso no significa que, como pedía el consejero aragonés, los derechos

individuales dejen de ser una realidad en el momento mismo en el que entre en vigor la nueva PAC. Porque no será hasta el 2029 cuando se produzca la convergencia total.

Planas reconoció que quizás se podría haber ido más allá, como sucede en el resto de los países europeos donde apenas tienen una o dos, pero dejó claro que “nada cambia de la noche a la mañana y no sería responsable cambiar los niveles de apoyo de una manera sustancial de un día para otro. Tiene que ser un proceso progresivo”.

Aunque el sector defiende una apuesta más clara por la definición del agricultor activo, el ministro defendió la necesidad de un plan “inclusivo” que recoja todas las realidades agrícolas y ganaderas de las distintas comunidades autónomas.

De este modo podrán lucir el apellido de ‘activo’, y por lo tanto continuar siendo perceptores de la PAC, aquellos que están dados

Las organizaciones agrarias preparan una movilización en Zaragoza contra la reforma

de alta en el régimen especial agrario como autónomo, aquellos cuyos ingresos agrarios sean como mínimo el 25% del total de ingresos del perceptor y todos aquellos que perciben ayudas de la PAC hasta un límite de 5.000 euros.

Planas considera que no es una PAC “más justa” aquella que, “como plantean algunos”, solo quiere tener en cuenta a los que se dedican a la actividad a tiempo completo. “De ese modo pasaríamos de 630.000 perceptores a los 210.000 y en opinión no cubriría las necesidades del conjunto del país”.

■ MOVILIZACIONES

Las organizaciones agrarias con presencia en Aragón, UAGA, Asaja, Araga y UPA, van a realizar la primera semana de octubre en Zaragoza una nueva protesta “en unidad de acción” para exigir que se rectifique los que llaman “la PAC de Planas”.

Lo hacen para mostrar su desacuerdo con el Plan Estratégico Nacional de la nueva PAC, que, en su opinión, no termina con los actuales desagrazos, y después de que el ministro de Agricultura, Luis Planas, anunciara el pasado jueves en la Feria de Zaragoza que, con acuerdo o sin acuerdo, el documento se enviará a Bruselas antes del 31 de diciembre.

En la protesta, continuación de las tractoradas celebradas en las tres provincias aragonesas, que previsiblemente tendrá lu-

gar el próximo 8 de octubre, se movilizarán ante la Delegación del Gobierno en Aragón, en la plaza del Pilar de Zaragoza, representantes y afiliados de las cuatro citadas organizaciones agrarias.

Según el secretario de UAGA, José María Alcubierre, han rebajado las pretensiones de cada organización porque estiman que “es más importante destacar lo que nos une que lo que nos separa y mantener una protesta conjunta”.

Así, en la concentración, está previsto que no haya banderas con los colores de cada una de las organizaciones agrarias y, en principio, se ha optado por una que compartan todos y en la que aparezca la bandera de Aragón y los cuatro logotipos que identifican a cada uno de los sindicatos.

Crean que todavía hay tiempo de evitar un plan estratégico con el que el Ministerio quiere aplicar la reforma de una PAC que “discrimina a la agricultura profesional”.

Alcubierre destaca “la gran traición” del ministro, que, con el beneplácito del Gobierno de España, “no solo apuesta por mantener la filosofía de la actual PAC, sino que ahonda en fórmulas para desproteger todavía más a los profesionales”.

José Manuel Roche (UPA) ha declarado que “hay que salir a la calle para intentar cambiar la situación antes de que se celebre la Conferencia Sectorial de Agricultura prevista a mediados de octubre, porque con la norma aprobada ya no habrá nada que hacer, ni de nada servirán las protestas”.

Ángel Samper (Asaja) opina que, además de poner en valor la agricultura activa, hay otros aspectos que “deben ser contemplados en las reivindicaciones” de la movilización.

Uno de ellos es la defensa del sector vacuno, “que está totalmente fuera de juego” en esta PAC. El otro es “exigir” tanto al Gobierno de España como al de Aragón que incrementen los presupuestos para cumplir los compromisos de cofinanciación de las ayudas al desarrollo rural.

A la convocatoria se han sumado también las cooperativas agroalimentarias de Aragón.

El CESE pide equilibrio en la protección de todos los eslabones de la cadena agroalimentaria

El Comité Económico y Social Europeo (CESE) valora los aspectos de la legislación española como el código de buenas prácticas o los contratos por escrito

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Comité Económico y Social Europeo aprobaba el pasado 22 de septiembre en su sesión de tarde una valoración y recomendaciones sobre la transposición de la Directiva de Prácticas Desleales en la Cadena Agroalimentaria. El documento ha sido solicitado por la presidencia eslovena de la Unión Europea y coincide con la aprobación en el Congreso español de la Ley de la Cadena, que previsiblemente tendrá lugar en los próximos días.

Una de las recomendaciones más destacadas por el CESE es la necesidad de que la directiva

proteja por igual a todos los actores de la cadena de valor agroalimentaria, independientemente de su tamaño o su posición en la misma, algo que considera necesario en el marco del mercado único en contraposición con la visión de la Directiva, que solo protege a los vendedores respecto de los compradores. “Todos los operadores deben estar protegidos contra las malas prácticas, que no son generalizadas, pero pueden darse en cualquier eslabón y dirección”, se afirma en el documento. Y, en este sentido, “España ofrece una especial protección para los productores

primarios, pero todos los operadores están protegidos por la Ley, independientemente de si son compradores o vendedores”.

Por ello, apunta a la creación de fórmulas para el diálogo y la cooperación entre los diferentes actores como la mejor manera para avanzar en los intereses comunes de la sostenibilidad de la cadena.

Dentro de la transposición a la legislación española, el CESE destaca como positivo la prohibición de vender por debajo de los costes de producción, la existencia del código de buenas prácticas o la obligación de contar con



El documento aboga por la creación de fórmulas para el diálogo y la cooperación para así avanzar en la sostenibilidad de la cadena. / ARCHIVO

contratos escritos en las relaciones comerciales, entre otros.

Felipe Medina, consejero del CESE en el grupo de empresas y secretario general de ASEDAS, ha participado en la redacción del documento: “el dictamen del CESE marca un antes y un después porque recoge el guante lanzado por la Comisión Europea a través de la Estrategia de

la Granja a la Mesa respecto a la consideración del sector agroalimentario en su totalidad, desde la producción hasta el consumidor. En él se reconoce el papel esencial de cada uno de los eslabones y se destaca que la cooperación entre ellos es fundamental para avanzar en la sostenibilidad de la cadena desde la inclusión, la diversidad y el equilibrio. Solo desde estas premisas podremos hacer frente a los retos del Gran Pacto Verde y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible”.

Por último, el CESE celebra la consideración de la cadena agroalimentaria como un ecosistema estratégico para la Unión Europea dentro de su nueva política industrial, resaltando la necesidad de caminar hacia sistemas alimentarios sostenibles desde la diversidad para asegurar una cadena más fuerte medioambiental, económica y socialmente, además de resiliente, justa e inclusiva.

Así mismo, reconoce también el papel de la distribución alimentaria y su compromiso con los ciudadanos durante la pandemia de la COVID-19.

Agrocultivos



Las naranjas concentran el 70,5% de la producción con un volumen de 1.692.600 toneladas. / ARCHIVO

Andalucía producirá 2.401.291 toneladas de cítricos durante esta temporada

El volumen de producción cítrica se incrementa en la comunidad autónoma un 2,7% respecto al pasado ejercicio

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible estima que la producción de cítricos de Andalucía ascenderá a 2.401.291 toneladas en la campaña 2021-2022. Un volumen que supone incremento del 2,7% respecto al pasado ejercicio, y un 6,6% más que la media de las últimas cuatro temporadas. En relación con el territorio nacional, la Junta prevé que la comunidad autónoma concentrará el 35,8% de la cosecha total de España, que asciende a 6,7 millones de toneladas y presenta una disminución del 4,8%.

El secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación, Vicente Pérez, presentó la semana pasada en Lora del Río (Sevilla) el aforo de producción cítrica de 2021-2022, destacando que será una campaña media-alta en cuanto al volumen producido. Por provincias, las previsiones estiman que en Almería se recogerán más de 234.000 toneladas; en Cádiz se superarán las 61.200 toneladas; en Córdoba, se rozarán las 364.000 toneladas;

y en Granada se acercarán a las 10.700 toneladas. Por su parte, la producción de Huelva, superará las 612.000 toneladas; la de Málaga 167.000 toneladas; y la de Sevilla será superior a 952.200 toneladas.

El aforo de cítricos 2021-2022 elaborado por el Gobierno andaluz recoge también datos re-

Andalucía concentrará el 35,8% de la cosecha total de España, que asciende a 6,7 millones de toneladas y presenta una disminución del 4,8%

lativos a superficie, que rondará las 86.900 hectáreas sumando la superficie de naranjo (58.500 hectáreas), mandarino (casi 20.400 hectáreas), limón (6.700 hectáreas) y otros cítricos (1.300 hectáreas). En relación al empleo, las previsiones apuntan que la mano de obra total para esta presente campaña rondará los 7,8 millones de jornales, de los que 5 millones se corresponderían con labores de producción y 2,8 millones con trabajos relativos a centrales hortofrutícolas.

La recolección de los frutos ocuparía en torno al 57% de los jornales dedicados a labores de producción.

Durante su intervención, Vicente Pérez recordó la importancia de "recoger la fruta en su punto óptimo de maduración" con el fin de "evitar llevar al mercado productos que puedan afectar negativamente a la tendencia de aumento de consumo que se está registrando en los últimos tiempos". Al respecto, el secretario general explicó que el consumo per cápita de cítricos experimentó en 2020 un repunte en todas las variedades, muy probablemente debido al cambio de hábitos alimenticios que se vienen observando a raíz de la pandemia tras las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) relativas al consumo de vitamina C por sus beneficios para la salud y su posible contribución a la lucha contra el virus de la COVID-19.

La elaboración del aforo de cítricos del Gobierno andaluz se realiza a partir de la visita y

ANDALUCÍA	PRODUCCION 2020/21 (T)	AFORO 2021/22 (T)	VARIACIÓN 2020/2021
Grupo Satsumas ...	9.421	10.327	9,6 %
Grupo Clementinas	126.201	140.882	11,6 %
Grupo Otras Mandarinas	331.885	405.347	22,1 %
Total Mandarinas .	467.507	556.556	19,0 %
Grupo Navel	1.057.281	1.028.628	-2,7 %
Grupo Blancas	291.778	289.571	-0,8 %
Grupo Sanguinas ..	19.761	20.724	4,9 %
Grupo Tardías	345.798	353.708	2,3 %
Total Naranja Dulce	1.714.618	1.692.631	-1,3 %
Naranja Amarga ...	6.832	7.405	8,4 %
Limones	118.343	111.795	-5,5 %
Pomelos	30.274	30.789	1,7 %
Otros Cítricos	1.265	2.115	67,2 %
TOTAL CÍTRICOS	2.338.839	2.401.291	2,7 %

AFORO 2021/22 (T)	ANDALUCÍA	ESPAÑA	% ANDALUCIA ESPAÑA
Naranja	1.692.631	3.511.099	48,2 %
Mandarina.....	556.556	2.087.390	26,7 %
Limón	111.795	1.011.458	11,1 %
Pomelo	30.789	84.010	36,6 %
TOTAL.....	2.401.291	6.705.154	35,8 %

ALMERÍA	PRODUCCION 2020/21 (T)	AFORO 2021/22 (T)	VARIACIÓN 2020/2021
Naranja dulce.....	93.417	128.617	37,7 %
Mandarina.....	62.625	75.396	20,4 %
Limón	40.741	27.423	-32,7 %
Pomelo	830	1.209	45,7 %
TOTAL CÍTRICOS	198.361	234.047	18,0 %

CÁDIZ	PRODUCCION 2020/21 (T)	AFORO 2021/22 (T)	VARIACIÓN 2020/2021
Naranja dulce.....	43.758	44.642	2,0 %
Mandarina.....	11.383	12.750	12,0 %
Limón	409	434	6,1 %
Pomelo	3.353	3.364	0,3 %
TOTAL CÍTRICOS	58.929	61.222	3,9 %

CÓRDOBA	PRODUCCION 2020/21 (T)	AFORO 2021/22 (T)	VARIACIÓN 2020/2021
Naranja dulce.....	339.801	354.251	4,3 %
Mandarina.....	4.307	4.506	4,6 %
Limón	191	189	-1,0 %
Pomelo	5.087	4.874	-4,2 %
TOTAL CÍTRICOS	349.489	363.915	4,1 %

GRANADA	PRODUCCION 2020/21 (T)	AFORO 2021/22 (T)	VARIACIÓN 2020/2021
Naranja dulce.....	9.070	9.266	2,2 %
Mandarina.....	419	485	15,8 %
Limón	815	770	-5,5 %
Pomelo	102	76	-25,5 %
TOTAL CÍTRICOS	10.473	10.669	1,9 %

análisis de más de un millar de parcelas que reúnen una superficie de 3.850 hectáreas. Además, los técnicos toman en consideración las declaraciones de la Política Agrícola Común (PAC) para establecer la extensión que corresponde a cada una de las variedades.

■ DATOS POR PRODUCTOS

En cuanto a la producción de las diferentes especies, destacan especialmente las naranjas dulces, que concentran el 70,5% de la producción (1.692.600 toneladas) a pesar de registrar un leve descenso (-1,3%) en comparación con 2020-2021. A este cultivo le siguen las mandarinas, que suponen el 23,2% (556.550 toneladas) al aumentar un 19% con respecto a la campaña anterior; y los limones, que descienden un 5,5% y rozarán las 111.800 toneladas (4,7% de la producción total). Además de estas frutas, el aforo contempla también datos relativos al pomelo (30.789 toneladas) y a otros cítricos (9.520 toneladas).

Las previsiones recogen también que la producción andaluza de naranjas supondrá el 48,2% del total nacional. Este porcentaje se situaría en el 26,7% en el caso de las mandarinas y en el 11,1% para los limones.

El aforo de la Consejería de Agricultura de Andalucía prevé que se cultiven esta campaña alrededor de 86.900 hectáreas y que la actividad cítrica genere 7,8 millones de jornales

El valor de las exportaciones de cítricos de Andalucía mantiene una tendencia ascendente y destaca Alemania como principal país de destino de las ventas internacionales de estas frutas andaluzas al concentrar el 26% del total. A este mercado exterior le siguen Francia (19%) y Portugal (11%).

■ SANIDAD VEGETAL

En relación con la sanidad del cultivo, Vicente Pérez explicó que la Consejería de Agricultura ha realizado en 2020 un total de 1.470 actuaciones en 204 puntos de control en el marco del Plan andaluz de vigilancia fitosanitaria en cítricos para la detección precoz de *Cottonet* de Sudáfrica (*Deltoctococcus aberiae*). A estos trabajos se han sumado otras 1.028 actuaciones en 171 puntos de control desarrolladas entre el

1 de enero y el 1 de septiembre de 2021. En ninguna de estas casi 2.500 actuaciones se ha detectado este organismo nocivo.

Por otro lado, el secretario general recordó que el Gobierno andaluz ha enviado notas informativas a todas las centrales de manipulación de cítricos y kaki de la comunidad autónoma para comunicar la obligatoriedad de aplicar las medidas de profilaxis que aparecen en el plan de contingencia y, en especial, en relación con los envases, cajas o embalajes utilizados para la distribución de frutos que se reciban de zonas infectadas. Como señaló Pérez, estos elementos “deben ser de un solo uso y destruidos posteriormente para evitar la dispersión de la plaga, o ser convenientemente desinfectados con agua, jabón y lejía en la propia central antes de cualquier utilización posterior”.

A esta labor que la Consejería de Agricultura ha enfocado directamente hacia los productores, el Gobierno andaluz realiza una continua difusión de información en Redes sociales relativa a esta y otras plagas que podrían afectar a los cultivos con el objetivo de ayudar a la concienciación de todo el sector.

HUELVA	PRODUCCION 2020/21 (T)	AFORO 2021/22 (T)	VARIACIÓN 2020/2021
Naranja dulce.....	253.449	271.682	7,2 %
Mandarina.....	281.199	333.359	18,5 %
Limón	4.933	3.710	-24,8 %
Pomelo	3.194	3.194	0,0 %
TOTAL CÍTRICOS	542.970	612.140	12,7 %

SEVILLA	PRODUCCION 2020/21 (T)	AFORO 2021/22 (T)	VARIACIÓN 2020/2021
Naranja dulce.....	915.731	819.342	-10,5 %
Mandarina.....	93.108	108.434	16,5 %
Limón	3.411	3.500	2,6 %
Pomelo	16.274	16.296	0,1 %
TOTAL CÍTRICOS	1.033.158	952.221	-7,8 %

MÁLAGA	PRODUCCION 2020/21 (T)	AFORO 2021/22 (T)	VARIACIÓN 2020/2021
Naranja dulce.....	59.391	64.831	9,2 %
Mandarina.....	14.467	21.626	49,5 %
Limón	67.843	75.769	11,7 %
Pomelo	1.434	1.776	23,8 %
TOTAL CÍTRICOS	145.459	167.077	14,9 %

Investigadores de la UPV lideran una “revolución” en el cultivo de la berenjena

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Un equipo del Instituto Universitario de Conservación y Mejora de la Agrodiversidad Valenciana (COMAV) de la Universitat Politècnica de València (UPV) ha liderado durante los últimos ocho años un proyecto internacional cuyos resultados sientan las bases para una revolución en el cultivo de la berenjena. EggPreBreed —así se titula el proyecto— ayudará a conseguir nuevas variedades más resistentes al cambio climático, a condiciones extremas de temperatura, sequía y salinidad, así como a enfermedades (por ejemplo, marchitez bacteriana) y plagas (ácaros y moscas blancas) que afectan a este cultivo.

El equipo de la UPV ha conseguido ampliar la base genética e identificado nuevos materiales con alto potencial para transformar la producción de berenjena. “Estos materiales representan una revolución y facilitarán la vida de los productores de berenjenas en todo el mundo, para obtener nuevas variedades con unas características hasta ahora desconocidas”, asegura Jaime Prohens, líder del proyecto EggPreBreed.

El equipo del COMAV-UPV, junto a expertos de la Universidad de Peradeniya (Sri Lanka), la Universidad Félix Houphouët-Boigny (Costa de Marfil), el World Vegetable Centre (Taiwán) y varias empresas de semillas evaluó el potencial, para la obtención de las nuevas variedades, de parientes silvestres de la berenjena que antes de este

proyecto apenas se habían utilizado en los programas de mejora y cruzamiento. El objetivo: ampliar la base genética y desarrollar materiales resilientes mejor adaptados al cambio climático.

Este trabajo permitió identificar materiales genéticos de potencial interés no solo por la adaptación al cambio climático, sino también para hacer frente a algunos de los principales problemas actuales de la berenjena, como el marchitamiento bacteria-

200 híbridos y líneas distintos a partir del cruce entre variedades autóctonas de berenjena y diferentes especies silvestres procedentes de África, Oriente Medio, el sudeste asiático y América.

■ MÁS ALLÁ DE LAS EXPECTATIVAS INICIALES

Entre sus resultados, el equipo del COMAV destaca los obtenidos con materiales de introgresión con especies silvestres que crecen en condiciones desérticas extremas, como *S. incanum*, o aquellos que son resultado del cruzamiento con la maleza invasora *S. elaeagnifolium*, una especie de origen americano que es muy tolerante a la sequía.

“Por primera vez, se han obtenido materiales de retrocruzamiento entre berenjena, un cultivo nativo del Viejo Mundo, con una especie de origen americano, lo que representa un gran avance en el mejoramiento de este cultivo que abre a los productores el acceso a un nuevo acervo genético completamente inexplorado. El hecho de que pudiéramos obtener híbridos y retrocruces con una especie que evolutivamente se separó de la berenjena hace casi siete millones de años es una hazaña extraordinaria”, añade el investigador del COMAV-UPV.

“Los resultados son especialmente útiles para quienes trabajan en la mejora genética de los cultivos; pone los cimientos para revolucionar la producción de este cultivo, catalogado como uno de los 35 más importantes para la seguridad alimentaria

El proyecto EggPreBreed, coordinado por el Instituto COMAV-UPV, sienta las bases para conseguir nuevas variedades más resistentes al cambio climático, a condiciones extremas de temperatura, sequía y salinidad, enfermedades y plagas

no, los nematodos y plagas como la mosca blanca y la araña roja.

“Evaluamos la respuesta de estos materiales tanto en condiciones reales de cultivo, como imitando el estrés que puede originar en el cultivo el cambio climático, lo que fue todo un desafío. Además, cultivamos las nuevas variedades experimentales en áreas secas en Sri Lanka y Costa de Marfil, así como en parcelas infestadas en campos de Taiwán, Sri Lanka, Camerún y Egipto para conocer su respuesta frente a la marchitez bacteriana y nematodos, así como en terrenos afectados por salinidad”, explica Jaime Prohens. Y los resultados fueron muy positivos.

En total, los investigadores de la UPV han obtenido más de



Los investigadores han conseguido ampliar la base genética. / UPV



Equipo de la Universitat Politècnica de València. / UPV

mundial, abriendo la vía a la obtención de esas nuevas variedades que respondan a los desafíos del cambio climático y otros enemigos naturales”, indica Jaime Prohens.

EggPreBreed forma parte de la iniciativa global ‘Adaptando la Agricultura al Cambio Climático: Coleccionando, Protegiendo y Preparando los Parientes Silvestres’, coordinada por el Global Crop Diversity Trust y financiada por el Gobierno de Noruega.

“Con este proyecto, el equipo de la UPV, junto con las demás instituciones participantes, están proporcionando a los mejoradores y agricultores de beren-

jena de todo el mundo un nuevo conjunto de líneas y variedades altamente diversos que incluyen variación genética que hasta ahora no había sido utilizable. Las oportunidades que surgirán de estos materiales son innumerables”, remarca Benjamin Kilian, Coordinador de Proyectos de Especies Silvestres Relacionadas con los Cultivos (CWR) del Crop Trust. Asimismo, Kilian concluye que “este proyecto ejemplifica el trabajo duro, dedicación y resultados maravillosos resultantes de todo el esfuerzo de pre-mejora que desde el Crop Trust hemos tenido el honor de apoyar a través del Proyecto CWR”.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

El impacto de la erupción de La Palma llega al plátano de Canarias con fuerza. A la superficie arrasada por la lava hay que sumar en el corto plazo los daños por cenizas, que llegarán en diferente medida a todas las plantaciones de la isla, y la afectación de las estructuras de riego que puede comprometer la producción en el medio plazo.

Domingo Martín, presidente de Asprocan y gerente de Cupalma, ha hablado con **Valencia Fruits** para detallarnos cuál es la situación a 27 de septiembre para las explotaciones plataneras de la isla: al margen de las explotaciones cubiertas por la lava (unas 200 hectáreas, por el momento), “lo más grave, ahora, son las cenizas volcánicas, el riego”. Muchas hectáreas de la isla, que produce algo más de la tercera parte del total de plátano de Canarias y que supone el 50% del PIB de la isla, se pueden ver afectadas por la actividad del volcán y las ayudas solo llegarán después de la declaración de la isla como zona catastrófica.

Hablamos con Domingo Martín ocho días después de que el volcán de Cumbre Vieja iniciara una erupción de la que advirtieron previamente sismólogos y vulcanólogos (esencial para que no haya habido que lamentar víctimas humanas) y la conversación transcurre cuando el volcán llevaba media hora parado, aunque volvió a la actividad transcurridas apenas unas horas.

Cuando aún no se sabe si el volcán de La Palma continuará activo durante mucho más tiempo y en horas en las que casi se ha detenido el tremor volcánico, ya hay daños por la erupción inmediatos y muy visibles para la agricultura isleña: “las áreas afectadas directamente por la lava”, aunque lo que más preocupa en estos momentos son las cenizas volcánicas que “están cubriendo todo el Valle de Aridane y esta parte (oeste) de la isla. Son pequeños cristales que rozan la fruta y le da un aspecto externo que impide su comercialización. Además, la ceniza será un problema que afectará a la práctica totalidad de la isla en mayor o menor medida, dependiendo de hacia dónde se dirija el viento”.

Como señala Domingo Ríos, jefe de servicio de Agricultura del Cabildo de Tenerife y profesor asociado de Producción Vegetal de la Sección de Ingeniería Agraria de la Universidad de La Laguna, muchas veces, cuando la ceniza que cae es grande y se puede decir que son trocitos de “picón”, puede producir micro-roces entre las “manos” de las piñas de plátanos o golpeteos sobre la fruta, y en ambos casos estropearla.

El gerente de Cupalma también señala el problema de las comunicaciones. “Hay que ver cómo afectan los cortes de carreteras para acceder a las plantaciones. No sabemos si va a haber una zona importante de fincas que no se puedan atender, aunque tal vez se habiliten pistas que permitan el acceso aun a costa de hacer más kilómetros, pero eso en esta situación es secundario. Aunque sea más complicado llegar a las plantaciones, si no hay un cambio en el camino de la lava, se podrá llegar a las fincas por uno u otro camino. Es un tema de seguridad e incomodidad”.

Algo que preocupa mucho es el posible corte de las tuberías de

Plataneras de La Palma: luchando entre las cenizas

Los daños por las cenizas y la afectación en estructuras de riego, principales riesgos para el plátano de La Palma



Unas 10.000 familias palmeras dependen del plátano, un cultivo que supone el 50% del PIB de la isla. / KIKE RINCÓN. EUROPA PRESS

riego. “Puede darse un problema grave si la lava no se para y sigue avanzando, provocando el corte de las tuberías de agua. Eso impediría regar durante un tiempo estos cultivos y se podrían perder. El Consejo Insular de Aguas y las comunidades de regantes están buscando ideas para pasar por debajo de la lava o por arriba. O venir de zonas como Fuencahiente, a varias decenas de kilómetros, lo que conllevaría implementar una tubería de muchos kilómetros en muy poco tiempo”.

La “práctica totalidad de La Palma se va a ver afectada por las cenizas. El 60% de la zona platanera de la isla está en la zona afectada directamente por el volcán”. Hay que recordar que la isla de La Palma dedica unas 3.000 ha de superficie al cultivo del plátano, lo que supone alrededor de un 40% de la superficie cultivada total de la isla (algo más de 7.600 hectáreas en total).

En cuanto a la situación de los afectados, Domingo Martín destaca a las familias que han perdido sus casas o la lava vaya a pasar por sus terrenos, “lo demás es un daño como si viniera un temporal de viento. Aunque con la agravante de que en este caso los daños no los cubre el seguro colectivo y estamos esperando que

se declare zona catastrófica para poder acceder a otras ayudas por daños directos o indirectos por el volcán. Si esto ocurre será como el daño que produce el viento en otros episodios y a medio plazo se resolverá”.

En cuanto al suministro de fruta, sí hay cierto riesgo en cuanto al plátano procedente directamente de La Palma (supone el 34,6% de la producción de plátano de Canarias) por el problema de pérdida de la calidad por las cenizas. “Estamos intentando resolverlo con la limpieza de la fruta en campo con agua o con aire para que no tenga tanto daño”. En esta lucha por resurgir de las cenizas, si se puede conseguir limpiar la fruta, “la disminución en kilos será menor”. Hasta ahora “los daños han sido importantes porque no hemos tenido elementos para eliminar esa ceniza en el campo. Si podemos implementar un sistema para la limpieza en campo, las pérdidas serán menores. En cualquier caso, no habrá desabastecimiento porque están las demás islas”.

Para recuperar la actividad normal una vez se haya detenido la erupción “habrá que abrir de nuevo carreteras y ver cómo están las conducciones de agua. Si recuperamos pronto el riego,

el plátano es un cultivo que tiene la ventaja de reactivarse enseguida si se dan buenas condiciones climáticas. Si dominamos las pérdidas de calidad con medidas en el campo, será relativamente rápido”.

Por el momento, ante el riesgo que supone acceder a la zona del Valle de Aridane afectada por el volcán y con el objetivo de dejar las vías libres para facilitar a los vecinos poder recuperar sus enseres personales, así como a los equipos de seguridad y emergencia, se acordó aplazar la recogida de plátanos de la zona hasta realizar una nueva valoración de la situación el 28 de septiembre.

■ PETICIONES DE ASPROCAN

Asprocan ha valorado el anuncio de que habrá “ayudas inmediatas” para los afectados por la erupción volcánica de La Palma, pero espera a conocer la “concreción de las medidas urgentes específicas para el sector agrícola”. Ante el compromiso del presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, de que habrá ayudas inmediatas, y un plan de reconstrucción de La Palma, Asprocan ha señalado que la primera necesidad del sector agrícola es dotar de coberturas inmediatas a las producciones afectadas. Con estas medidas

“evitaríamos la pérdida de la producción en la denominada ‘zona cero’ que cubre alrededor de 200 hectáreas de platanera; así como en las zonas indirectamente afectadas de alrededor, donde se suman hasta 1.400 hectáreas, aproximadamente”, indica Asprocan en un comunicado.

La segunda reivindicación es la que afecta a las empresas (de empaquetado y auxiliares) de toda la cadena de producción y exportación de Plátano de Canarias, que han manifestado la necesidad de contar con una cobertura (mecanismos de ERTE), como la anunciada por el Gobierno.

La tercera necesidad afecta al mantenimiento de los sistemas de regadío. Esto se debe a que toda la zona tiene disposición de agua de riego a partir de tres canalizaciones, una de las cuales ya está inutilizada, que es la que pasa por la localidad de Todoque, y una de las otras dos está en la costa. Según Asprocan, dada la complejidad y el tiempo que conllevaría sustituir cualquiera de estas dos líneas de abastecimiento, es necesaria la disposición, inmediata, de un plan que pueda garantizar que estas vías puedan ser sustituidas por un sistema alternativo, en caso de que sean afectadas próximamente.

■ EFECTOS DE LAS CENIZAS

La Palma es una isla en la que la agricultura tiene un gran peso y, además de los cultivos que han quedado arrasados por la lava que fluye por las diferentes fisuras del nuevo volcán de La Palma habrá que sumar otros daños que provocará la ceniza, ya que tapa la luz del sol y, con ello, disminuye la posibilidad de que las plantas produzcan la fotosíntesis. El experto Domingo Ríos explicaba a Efe que la ceniza podría tener algún efecto positivo sobre el suelo, pero eso será a largo plazo, pues mientras dure la erupción su influencia será negativa.

Por el momento, las pérdidas de los agricultores de La Palma serán “cuantiosas” mientras dure la erupción volcánica, y después deberá pasar bastante tiempo hasta que se llegue al óptimo productivo, señala Ríos.

En La Palma predominan los cultivos de viña, papa, millo y plátano, este último muy presente en la zona de Los Llanos de Aridane, donde la lava se acerca al mar al cierre de esta edición. La ceniza perjudicará tanto a los productos que están al aire libre como a los cultivos bajo invernadero, ha señalado Domingo Ríos.

Domingo Ríos detalla que, en el caso de los invernaderos, la ceniza dificulta la fotosíntesis y, en función de su mayor o menor grosor, también influye en las propiedades del plástico, de forma que si es más bien grande provoca microrrajados que no siempre se ven a simple vista pero que inciden en la durabilidad del material.

Y si el cultivo está al aire libre, caso de las plataneras, la ceniza paraliza mucho la fotosíntesis, la respiración y la transpiración, haciendo que la planta colapse y pierda producción, con lo que se producirán daños “muy importantes” para los agricultores.

En cuanto a cómo proceder, Ríos señala la importancia de lavar la cubierta de los invernaderos y de las plantas, pero ha recordado que muchas instalaciones tendrán problemas de agua porque se han producido cortes de suministro.

INFOPOST



FOMESA FRUITECH
Your postharvest partner since 1955

Eficacia en la desinfección, degradación y eliminación de residuos fitosanitarios en envases y otras superficies

D.T. FOMESA FRUITECH

Degradación y eliminación de residuos sanitarios
Fomesa Fruitech dispone, dentro de su Gama de desinfección, de una solución global con la que eliminar residuos de plaguicidas indeseados antes de empezar la nueva campaña cítrica. Es cada vez más frecuente en los almacenes de cítricos la casuística en la que, una vez terminada la campaña de conservación (y contenedores), necesitamos degradar y eliminar de los cajones y otras superficies aquellas trazas de otras materias activas que pudieran quedar en los mismos.

Dicha degradación y eliminación de los residuos se puede llevar a cabo en la lavadora de cajones o en el mismo drencher, con lo que a su vez, realizamos un tratamiento de degradación de residuos sobre pallets y las superficies del mismo drencher.

Periodicidad:

Antes del inicio de una nueva campaña para los cajones de campo y resto de envases

¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	Control eficacia	
Envases: cajones, bins, etc.	Degradación y eliminación de residuos	Máquina lavadora de cajones	Antes de iniciar campaña	Análisis de residuos
Pallets y otras superficies	Drencher	Drencher	Antes de iniciar campaña	Análisis de residuos

Productos recomendados:

Prepararemos un tratamiento de degradación de residuos mediante la combinación de los productos de la Gama ECODEP* destinados a la degradación de caldos fitosanitarios.

La combinación de estos productos desinfectantes con alto poder oxidante nos permite degradar los po-

sibles residuos fungicidas que pueden quedar en los envases y otras superficies.

*Consultar al Dpto. Técnico de Fomesa Fruitech las dosis, secuencia y método de aplicación del tratamiento de degradación

Limpieza y desinfección de envases

En cualquier caso, puesto que la fruta pasa la mayor parte del tiempo de la cadena de producción y comercialización en los envases, resulta imprescindible, ya de por sí, una correcta limpieza y desinfección de los cajones para evitar la aparición de enfermedades fúngicas debidas a contaminaciones y re-contaminaciones de la fruta contenida.

Dicha limpieza y desinfección ha de llevarse a cabo tanto en los envases finales de producto acabado o encajado como en los envases de recepción que pudieran contener la fruta durante su manejo y procesado.

Periodicidad:

Para los cajones de campo se aconseja la limpieza en continuo, justo después del volcado, y antes de su reutilización (lavadora de cajones). Si no dispone de esta posibilidad, debería procederse al lavado y desinfección de los envases, al menos, en cualquiera de estos supuestos:

- antes del inicio de una nueva campaña

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

- tras un periodo de lluvias
- antes de introducir fruta para una conservación larga

¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	Control eficacia	
Envases: cajones, bins, etc.	Limpieza y desinfección	Máquina lavadora de cajones	Antes de iniciar campaña	Análisis contaminación
			En continuo: tras el volcado de la fruta	Análisis de contaminación

Productos recomendados:

BRILI: detergente específico especialmente recomendado para limpieza de envases BRILI. Se puede aplicar solo o en combinación con productos desinfectantes (OXA-BIOCID ECO o GREENCARE-PH)*.

La utilización conjunta de detergente + desinfectante, además de ser perfectamente compatible, nos asegura unos resultados higiénicos y unos niveles de desinfección óptimos.

*Consultar al Dpto. Técnico dosis y método de aplicación

Método de aplicación:

La mezcla se puede aplicar en una máquina lavadora de cajones con agua caliente (9 65°C).

Se recomienda cambiar el agua cada 8 horas de trabajo y realizar una reposición de los productos a la mitad de las dosis indicadas cada 4 horas.



Advertencias

Algunos de los productos recomendados son corrosivos. Es necesario el uso de guantes y protección para la cara y ojos durante su manipulación (ver Fichas de seguridad).

Mango y chirimoya mantienen los volúmenes de producción

La disponibilidad de agua para riego marcará la campaña de aguacate en Málaga

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las fruterías ya ofrecen mangos de la nueva temporada y en ellas asoman las primeras chirimoyas, frutas tropicales de las que España repetirá volúmenes y a la que en noviembre se sumará el aguacate nacional, que este año está a la espera de si el cultivo va a tener suficiente agua para su buen desarrollo.

Las provincias de Málaga y Granada concentran la casi totalidad de producción tropical y subtropical europea, aunque a ellas se suman otras zonas de Canarias, Levante, occidente andaluz y Portugal que han apostado sobre todo por el aguacate, un producto considerado como un "superalimento" y cuya demanda sigue creciendo cada año.

El presidente de la Asociación Española de Productores de Frutas Tropicales, Javier Braun, ha explicado que en esta campaña de mango se mantendrá el nivel de producción de 2020 —unas 26.000 toneladas entre Málaga y Granada—, a pesar de que "a los árboles les tocaba cargar más que hace un año". Sin embargo, se ha vivido una primavera con floración difícil debido a los cambios térmicos, con momentos en los que refrescaba mucho por la noche y luego



La campaña nacional de mango y chirimoya ya ha arrancado. / ARCHIVO

Málaga y Granada concentran la producción tropical y subtropical europea

hacia bastante calor por el día. A pesar de ello, Braun ha reconocido que el mango español, "que ya se ha hecho su hueco en Europa", donde compite sobre todo con el brasileño —presente los doce meses del año y recoge-

do en verde—, está saliendo al mercado con "mucha calidad, en su punto óptimo de maduración y con buenos grados brix", que miden el nivel de azúcar de la fruta.

La campaña de mango, que ha comenzado con la variedad Osteen, terminará previsiblemente a finales de octubre.

Braun ha confirmado que ya está registrada la solicitud de Marca de Calidad para la producción malagueña de mango, pero que su proceso de aprobación aún no ha terminado, por

lo que no sabe si dará tiempo a incorporar este sello en las etiquetas de las últimas partidas de 2021.

AGUACATE Y AGUA

En noviembre, según el presidente de la asociación de frutas tropicales, arrancará la campaña de aguacate con la variedad Bacon, a la que en diciembre tomará el testigo la Hass, la más plantada.

"De momento, los árboles se presentan en buen estado, y confiamos en igualar las cifras

de 2020" —unas 60.000 toneladas entre Málaga y Granada—. Javier Braun ha avanzado que el problema para la viabilidad del aguacate depende de las dotaciones de agua que se asignen a la comarca malagueña de la Axarquía a partir de octubre, cuando empiece el nuevo año hidrológico.

"Tenemos la tierra y el clima, pero hay limitación de agua en las zonas de producción por la ausencia de inversión institucional en infraestructuras hídricas", ha lamentado antes de afirmar que "si no se puede regar, la Axarquía se quedará en la extrema pobreza".

CHIRIMOYA GRANADINA

La chirimoya, cuya producción lidera la Costa Tropical granadina, aguanta mejor el estrés hídrico que el aguacate y el mango, ha asegurado el vocal de la Asociación en Almuñécar, José Manuel Fernández.

"En 2021 estaremos más o menos en línea de producción de otras campañas, en torno a las 50.000 toneladas, ya que es un cultivo muy regular, que aguanta mejor la falta de riego y necesita una mano de obra más profesional", lo que se traduce en "mayores costes" pero también abre la posibilidad de desplazar su producción a lo largo de la campaña, que normalmente finaliza en marzo.

Fernández ha explicado que las primeras piezas proceden de la zona de Motril, donde no hay falta de agua de riego, mientras que en la de Almuñécar no comenzará la producción hasta que no aparezcan las lluvias otoñales.



Cítricos: Análisis de campo

ÍNDICE DE MADUREZ

CAMPAÑA 2021/2022
COMPARACIÓN AÑO 2020
SEPTIEMBRE. 3ª SEMANA

	2020	2021	DIF.	Parcelas
■ GANDÍA				17
Clausellinas	7,19	8,30	1,11	2
Satsumas	4,85	4,13	-0,72	2
Marisol	7,08	6,57	-0,51	5
Clementina	6,90	6,05	-0,85	1
Navelinas	5,71	4,71	-1,00	4
Orogros	10,40			0
Clemenrubi	7,97	6,86	-1,11	3
■ VALENCIA-NORTE				21
Clemenrubi	9,70	9,02	-0,68	1
Clemensoon	9,03	7,87	-1,16	2
Okitsu		8,31		1
Orogrande	7,48			0
Oronul	7,31	6,58	-0,73	2
Basol	8,91			0
Marisol	8,39	7,59	-0,80	7
Arrufatina	10,66	7,61	-3,06	1
Clem.Nules	6,29	6,06	-0,23	5
Navelina	4,70	3,69	-1,01	1
Iwasaki		9,89		1
■ VALENCIA SUR				35
Clausellinas	8,20	8,51	0,31	1
Satsumas	5,22	4,78	-0,45	4
Marisol	7,89	7,32	-0,56	4
Okitsu	6,51	7,84	1,33	4
Orogrande	6,02	5,76	-0,26	5
Clem.Nules	5,51	6,08	0,57	2
Navelinas	4,11	4,98	0,87	4
New-Hall	4,68			0
Clemenson	8,39	9,21	0,81	3
Arrufatina	8,16	8,10	-0,07	4
Oronules	6,09	6,11	0,02	4
Iwasaki	7,39			0
Mioro	5,20			0
■ CASTELLÓN				26
Marisol	6,63	5,74	-0,90	6
Clem.Nules	5,31	4,31	-1,01	7
Oronul	7,25	5,38	-1,87	4
Navelinas	4,44	4,18	-0,25	3
Arrufatina	9,71	7,82	-1,89	3
Clemenpons	6,09	6,14	0,04	1
Clemenrubi	8,56	7,21	-1,35	2
■ ALICANTE				21
Okitsu	4,66	6,69	2,04	2
Orogrande	6,06	5,47	-0,60	3
Clemenrubi	7,77	11,59	3,82	2
Clemenvilla	5,09	4,52	-0,57	1
Iwasaki	5,96	10,29	4,33	1
Chislett	3,71	3,76	0,05	2
Navelina	5,26	4,49	-0,77	1
Lane Late	3,79	3,61	-0,19	3
Pomelo	4,35	4,74	0,39	1
Barnfield	4,68	5,57	0,88	1
Navel Late	4,28	2,74	-1,53	1
Salustiana		4,20		1
Tarocco	2,49	2,94	0,45	1
Valencia Late	2,70	2,48	-0,23	1

■ Total parcelas: **120**

FUENTE: Dirección Territorial de Comercio (SOIVRE-Valencia)

CALIBRE (mm)

CAMPAÑA 2021/2022
COMPARACIÓN AÑO 2020
SEPTIEMBRE. 3ª SEMANA

	2020	2021	DIF.	Parcelas
■ GANDÍA				17
Clausellinas	63,50	66,50	3,00	2
Satsumas	62,00	64,00	2,00	2
Marisol	60,20	61,00	0,80	5
Clementina	66,00	65,00	-1,00	1
Navelinas	71,75	75,50	3,75	4
Orogros	61,00			0
Clemenrubi	56,00	56,00	0,00	3
■ VALENCIA-NORTE				21
Clemenrubi	57,12	59,40	2,28	1
Clemensoon	66,05	58,35	-7,70	2
Okitsu		53,50		1
Orogrande	55,80			0
Oronul	56,60	53,85	-2,75	2
Basol	55,80			0
Marisol	59,67	55,89	-3,78	7
Arrufatina	56,10	52,30	-3,80	1
Clem.Nules	51,71	53,10	1,39	5
Navelina	72,85	65,40	-7,45	1
Iwasaki		54,10		1
■ VALENCIA SUR				35
Clausellinas	60,10	57,80	-2,30	1
Satsumas	58,08	56,43	-1,65	4
Marisol	59,75	59,30	-0,45	4
Okitsu	61,41	63,00	1,59	4
Orogrande	49,33	52,66	3,33	5
Clem.Nules	52,78	51,90	-0,88	2
Navelinas	73,08	69,05	-4,03	4
New-Hall	69,70			0
Clemenson	57,27	55,20	-2,07	3
Arrufatina	54,13	55,83	1,69	4
Oronules	51,65	50,38	-1,28	4
Iwasaki	67,00			0
Mioro	50,20			0
■ CASTELLÓN				26
Marisol	55,35	51,10	-4,25	6
Clem.Nules	49,85	48,23	-1,62	7
Oronules	54,93	49,34	-5,59	4
Navelinas	64,88	67,90	3,02	3
Arrufatina	55,14	53,40	-1,74	3
Clemenpons	53,30	53,10	-0,20	1
Clemenrubi	56,38	53,00	-3,38	2
■ ALICANTE				20
Okitsu	52,73	61,44	8,70	2
Orogrande	50,20	46,39	-3,81	3
Clemenrubi	59,90	55,20	-4,70	2
Clemenvilla	48,20	43,90	-4,30	1
Iwasaki	50,80	61,40	10,60	1
Chislett	62,70	55,80	-6,90	2
Navelina	62,20	60,10	-2,10	1
Lane Late	64,05	61,73	-2,32	3
Pomelo				0
Barnfield	65,80	57,10	-8,70	1
Navel Late	66,33	63,30	-3,03	1
Salustiana	61,20	64,30	3,10	1
Tarocco	73,20	56,90	-16,30	1
Valencia Late	56,40	52,80	-3,60	1

■ Total parcelas: **119**

FUENTE: Dirección Territorial de Comercio (SOIVRE-Valencia)

ZUMO (%)

CAMPAÑA 2021/2022
COMPARACIÓN AÑO 2020
SEPTIEMBRE. 3ª SEMANA

	2020	2021	DIF.	Parcelas
■ GANDÍA				17
Clausellinas	40,15	52,06	11,91	2
Satsumas	40,17	52,13	11,96	2
Marisol	43,45	56,59	13,14	5
Clementina	35,76	46,00	10,24	1
Navelinas	28,55	38,01	9,45	4
Orogros	17,74			0
Clemenrubi	35,07	50,83	15,76	3
■ VALENCIA-NORTE				21
Clemenrubi	48,56	62,33	13,76	1
Clemensoon	45,60	57,01	11,41	2
Okitsu		54,37		1
Orogrande	47,90			0
Oronul	47,56	57,69	10,13	2
Basol	59,53			0
Marisol	49,23	56,83	7,60	7
Arrufatina	41,29	49,97	8,67	1
Clem.Nules	38,82	50,51	11,69	5
Navelina	43,39	39,59	-3,81	1
Iwasaki		53,77		1
■ VALENCIA SUR				35
Clausellinas	48,21	50,06	1,85	1
Satsumas	47,98	69,91	21,94	4
Marisol	50,96	68,65	17,69	4
Okitsu	45,52	66,23	20,71	4
Orogrande	46,41	49,21	2,79	5
Clem.Nules	37,10	50,30	13,20	2
Navelinas	28,17	40,75	12,58	4
New-Hall	25,03			0
Clemenson	52,56	58,62	6,06	3
Arrufatina	43,77	62,68	18,91	4
Oronules	46,70	60,80	14,09	4
Iwasaki	50,59			0
Mioro	39,93			0
■ CASTELLÓN				26
Marisol	46,76	53,42	6,66	6
Clem.Nules	39,05	45,76	6,70	7
Oronules	52,13	54,26	2,13	4
Navelinas	39,22	39,84	0,62	3
Arrufatina	49,10	51,77	2,67	3
Clemenpons	56,82	55,99	-0,83	1
Clemenrubi	52,53	59,58	7,05	2
■ ALICANTE				21
Okitsu	43,68	37,94	-5,74	2
Orogrande	41,41	35,00	-6,41	3
Clemenrubi	47,40	43,48	-3,92	2
Clemenvilla	42,90	37,45	-5,45	1
Iwasaki	40,69	29,29	-11,40	1
Chislett	20,00	23,25	3,24	2
Navelina	23,28	22,97	-0,31	1
Lane Late	22,31	20,75	-1,56	3
Pomelo	18,37	24,18	5,82	1
Barnfield	24,84	22,57	-2,27	1
Navel Late	24,23	12,88	-11,35	1
Salustiana	22,15	28,60	6,45	1
Tarocco	29,83	32,22	2,39	1
Valencia Late	30,07	22,39	-7,68	1

■ Total parcelas: **120**

FUENTE: Dirección Territorial de Comercio (SOIVRE-Valencia)

DO Melocotón de Calanda

La DOP cuenta con dos nuevas variedades autóctonas que servirán para alargar el tiempo de producción

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Los productores de la DOP Melocotón de Calanda, que comprende 45 municipios de la comarca del Bajo Aragón, entre las provincias de Teruel y Zaragoza, están en plena recolección de la cosecha.

La presente campaña está marcada por el granizo, que va a mermar la producción entre un 20 y un 30% en las zonas afectadas, y la incorporación de dos nuevas variedades para reforzar la genética y alargar el periodo de maduración.

La cosecha va a ser menor que la del año pasado, calificada como "histórica", en que se recolectaron 4,5 millones de kilos certificados. Es decir, melocotones que pasan los controles y requisitos que marca el Consejo Regulador, pero en toda la zona del Bajo Aragón la producción es mucho mayor y puede llegar a los 25 millones de kilos.

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

La DOP se creó en 1999 por los productores de la zona para proteger unas pioneras técnicas de cultivo que dan como resultado un producto de mayor calibre y mejor calidad. En mayo se realiza el aclareo, una práctica con la que se elimina el 70% de los frutos que existen en el árbol para que cada unidad se desarrolle a una distancia de 20 centímetros. Se trata de una práctica con la que se consigue un fruto más carnoso y de mayor volumen, con un diámetro de 73 milímetros como mínimo.

En los meses de junio y julio se lleva a cabo el embolsado, que se realiza de forma manual. Cada melocotón es protegido con una bolsa de papel parafinado, traslúcido y transpirable. Se estima que cada campaña se embolsan casi 250 millones de melocotones.

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

La producción de melocotón de Calanda tiene como destino principal el mercado nacional, máxime ahora en que, debido a la pandemia, la demanda interna se ha incrementado. Las



El embolsado es una de las características más reconocibles en la producción del melocotón de Calanda. / JAVIER ORTEGA

Según el consejero Joaquín Olona: "El Melocotón de Calanda es un buque insignia, un producto que sirve de motor para dar visibilidad al conjunto de los alimentos de Aragón"

El granizo es la razón principal de la reducir la cosecha de este año, cifrada entre un 20 un 30 por ciento menos respecto al año pasado

principales plazas son, además de Aragón, Madrid, Cataluña, País Vasco, Cantabria y la Comunidad Valenciana.

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

Actualmente se exporta alrededor del 25% de la producción, que viaja esencialmente a la Unión Europea, con Alemania a la cabeza, pero también a Francia, Italia, Reino Unido o Suiza, entre otros países. El Consejo Regulador considera que lo ideal sería elevar ese porcentaje hasta el 40%, algo que no resulta fácil.

Para ello, se trabaja con dos marcas, Melocotón DOP



El melocotón certificado cuenta desde este año con dos nuevas variedades / ARCHIVO

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

■ NUEVAS VARIEDADES

La producción de 2021 llega con la introducción de dos nuevas variedades de melocotón incluidas en la certificación (Pro 570 y Pro 504, que se incorporan a las tradicionales: Jesca, Calante y Evaísa), y que van a permitir alargar la campaña, que tradicional-

mente comenzaba a mediados de septiembre.

Se llevan muchos años trabajando, con el CITA y una empresa privada, para incorporar las nuevas variedades, fruto de un cruce con variedades autóctonas, que son de alta calidad y alargarán el tiempo de producción: desde el 15 o el 20 de agosto hasta el 1 de noviembre.

La introducción de ambas variedades ha llevado tiempo porque desde el Consejo Regulador se ha querido asegurar que su calidad les permitía entrar en la denominación de origen.

La DOP Melocotón de Calanda tiene un total de 18 empresas inscritas de las cuales 14 están certificadas y pueden comercializar producto certificado. Cuenta con 286 agricultores inscritos con 682 hectáreas y un volumen comercializado en el último año de casi 4,5 millones de kilos de producto certificado.

El consejero de Agricultura, Joaquín Olona, en una reciente visita al Consejo Regulador, señaló que "la DOP Melocotón de Calanda ha demostrado defenderse en términos de precio en situaciones de crisis, lo demostraron hace unos años y lo ha vuelto a poner de manifiesto con la pandemia".

Añadió que "el valor añadido se lo da la marca, la pertenencia a una figura de calidad diferenciada".

Asimismo, el consejero hizo referencia a la aportación de la DOP Melocotón de Calanda a la campaña Aragón, Alimentos Nobles: "El melocotón de Calanda es un buque insignia, un producto que sirve de motor al resto para dar visibilidad al conjunto de los alimentos de Aragón".

La Chipranesca, S.C.L.

O.P.F.H. n° 302



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

La Chipranesca, la fruta más fresca

Tel. 976 63 72 40 • Fax 976 63 72 04
E-mail: frudecas@lachipranesca.com

Paraje "LA SARDA", s/n
50792 CHIPRANA Zaragoza

www.lachipranesca.com

SAMUEL SANCHO / Presidente de la DOP Melocotón de Calanda

“Esperamos una campaña con una producción a la baja”

El presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Melocotón de Calanda, Samuel Sancho, repasa las previsiones de campaña, con dos nuevas variedades, y se muestra esperanzador de cara al futuro, cuya clave es la investigación y la incorporación de agricultores jóvenes.

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo se presenta la campaña en la denominación de origen?

Samuel Sancho. En términos generales se presenta una campaña a la baja respecto al año pasado. Hemos tenido pedrisco este verano que ha afectado a algunas zonas de la denominación por lo que el porcentaje puede estar entre el 20 y el 30% menos que la campaña pasada. No obstante, todavía es pronto para concretar la cantidad, pues estamos en plena recogida.

VF. Finalmente, ¿qué cantidad certificaron el año pasado?

SS. El Consejo Regulador certificó cerca de cuatro millones y medios de kilos tras pasar los correspondientes controles de calidad. Eso sí, tanto este año como el pasado la calidad es espectacular.

VF. ¿Ha influido el coronavirus en el consumo, las exportaciones o en la mano de obra?

SS. No hemos tenido ningún problema, derivados de la pandemia, en esos aspectos, pues la pasada fue una campaña normal y esta se presenta similar.

VF. ¿Se ha retraído algo el consumo?

SS. No hemos notado un descenso, más bien al contrario, se consumió todavía más durante la pandemia. El consumo nacional fue muy activo y el exterior se mantuvo en las cuotas normales.

VF. Y respecto a la mano de obra ¿ha habido más trabajadores autóctonos?

SS. Una parte de las contrataciones de esta campaña han sido de la zona y otra del contingente de fijos discontinuos con los que contamos.

VF. El consejero de Agricultura, Joaquín Olona, en una reciente visita al Consejo Regulador, les echó un piro al decir que el Melocotón de Calanda es el buque insignia, motor de promoción de los alimentos de Aragón.

SS. Llevamos muchos años realizando campañas de publicidad e imagen; la calidad del producto acompaña y se hacen las cosas bien. Esto repercute en los precios, en las ventas, en el consumidor, beneficia al agricultor y también a la



Samuel Sancho confirma una caída de la cosecha del 30% en esta campaña. / RF

“El futuro pasa por investigar e incorporar nuevas variedades como las dos de esta campaña que alargan la recogida”

hora de promocionar los alimentos de Aragón.

VF. Esta campaña cuentan con nuevas variedades.

SS. Hemos introducido dos nuevas variedades incluídas que nos van a permitir alargar la campaña, que tradicionalmente comenzaba a mediados de septiembre. Ha sido un trabajo de muchos años para incorporarlas, son de alta calidad y alargarán el tiempo que podemos estar produciendo Melocotón de Calanda: desde el 15 o el 20 de agosto hasta el 1 de noviembre.

VF. Es el fruto de una larga investigación.

SS. Las dos nuevas variedades son fruto del cruce de variedades autóctonas nuestras para alargar la campaña, una hasta finales de agosto y otra hasta primeros de noviembre. Llevamos trabajando en este aspecto unos 15 años con una empresa privada de quien son estas dos variedades.

VF. ¿Y también con el CITA?

SS. Sí, con este organismo llevamos cinco años y este ya tiene las primeras conclusiones, pues ya cuentan con fruto y ahora las analizaremos para ver cuáles se adaptan mejor a nuestras necesidades.

Es una apuesta de futuro: investigar, mejorar, tener una buena colección de variedades propias.

VF. Esto puede animar nuevas incorporaciones en la DOP, a que se animen los agricultores jóvenes

SS. Se van incorporando algunos jóvenes, pero si se investiga y se mejoran las variedades, el futuro es más atractivo para nuevas incorporaciones.

VF. Un problema ha sido que se han tenido que arrancar unas 120 hectáreas de melocotoneros de la DOP afectados por el Sharka.

SS. Ha afectado a las localidades de Maella y Mazalón, pero no todas las hectáreas que se han tenido que arrancar estaban dentro de la denominación. Los agricultores perjudicados han sido indemnizados con ayudas de tres millones de euros por el Gobierno de Aragón y este año comienzan a replantar, pues ya nos han pedido plantas.

VF. ¿Ha influido el coronavirus en las exportaciones y en los proyectos para abrir nuevos mercados en Asia, como Hong-Kong?

SS. La pandemia ha hecho que los experimentos para estar presentes en nuevos países se hayan paralizados. Continuamos con los mercados tradicionales, con unas cuotas que, de media, están en torno al 25% de fruta exportada, sobre todo a Alemania pero también a Suiza, Portugal, Italia, Francia y Holanda. Un porcentaje que llegó incluso a reducirse para atender una demanda nacional por encima de lo normal.



Con sus casi 550 hectáreas, La Chipranesca es una de las cooperativas más importantes del Bajo Aragón Histórico. / LA CHIPRANESCA

La Chipranesca, la fruta más fresca

Es una de las principales firmas productoras de melocotón certificado

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Sociedad Cooperativa La Chipranesca SCL tiene una larga trayectoria (de más de 30 años) en la producción de fruta en la zona de Caspe y Comarca. Su trabajo no ha hecho más que aumentar durante la pandemia.

La Chipranesca está adherida a la DO Melocotón de Calanda, siendo uno de los principales productores de melocotón certificado.

En cuanto a las ventas, gran parte de sus clientes son mayoristas y exportadores. Aunque su gerente, Francisco Negro, recuerda que “vivimos un momento muy complicado en el campo. Los productos locales no están lo suficientemente valorados y solo nos queda exportar fuera de Aragón. Los precios han mejorado, aunque solo tímidamente”. No obstante, añade que “la actual situación parece que puede revertir este problema puesto que ahora los consumidores están eligiendo más el producto local con el objetivo de ayudar a los negocios del territorio. Vemos que se apuesta más por la calidad, por lo de aquí. Nos gustaría que se implementase en la sociedad el consumo de cercanía y que esta tendencia permaneciese”.

De las acciones desarrolladas por la empresa en el ámbito productivo hay que destacar la potenciación de técnicas de producción respetuosas con el medio ambiente, como ejemplo su apuesta por fomentar el empleo de Técnicas de Tratamientos Integrados en Agricultura y la instalación de placas solares.

La Chipranesca ha instalado 100 KW de placas solares que le suponen un ahorro del 20-25% en el consumo de electricidad. “Esto ha sido una primera experiencia, una toma de contacto, y la verdad es que

estamos contentos con el resultado por lo que seguro que en un futuro estudiaremos una posible ampliación”, señala Francisco Negro.

Con sus casi 550 hectáreas, La Chipranesca es una de las cooperativas más importantes del Bajo Aragón Histórico y produce alrededor de 12 millones de kilos anuales de fruta (entre albaricoque, melocotón, nectarina, ciruela, cereza, higos, pera y paraguayos). Las más recogidas son el melocotón, la nectarina y después, en menor medida, el paraguayo.

Para esta campaña de melocotón “esperamos hacer los mismos números que el año pasado, entre 800.000 y 900.000 kilos en la cooperativa, pero todo dependerá de la climatología”, según Francisco Negro.

Cabe recordar que La Chipranesca está formada por agricultores de Chiprana y Caspe, aunque abarca al conjunto de la Comarca de Bajo Aragón-Caspe, en una superficie de más de 505 hectáreas. En 2020 esta cooperativa logró unas ventas superiores a los 10 millones de euros, un 27% más que el año anterior, con una producción de más de 10.000 toneladas. El 13,24% de su facturación fue atribuible al mercado extranjero. La Chipranesca ostenta la calificación OPFH desde 1991, por lo que juega un papel fundamental a la hora de concentrar la oferta en la zona y ganar competitividad en un mercado globalizado.

Remontándonos a sus orígenes, La Chipranesca data del año 1985, y solo dos años después de su constitución, el colectivo abrió una central de 1.500 m² y 4 cámaras frigoríficas con un volumen de 3.760 m³ de frío normal para poder comercializar la fruta de sus socios. En el 91 fue calificada como OPFH (Organización de Productores de Frutas y Hortalizas) y en el 96 hubo una ampliación importante de socios, hectáreas y producción que condujo a un gran número de inversiones, ampliando la central en 2.200 m².

También hay que destacar la entrada en producción de las fincas de sus socios que han pasado de producir 800 toneladas en 1988, a 8.708 toneladas en 2009; 10.656 toneladas en 2014 y 12.319,26 toneladas en la campaña 2017. En la actualidad cuenta con 38 socios y certificaciones de BRC, Global GAP, GRASP y Producción Integrada. La Chipranesca SCL está reconocida para frutas como albaricoque, melocotón, nectarina, ciruela, cereza, higos, pera y paraguayos.



Rosan, S.C.

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS

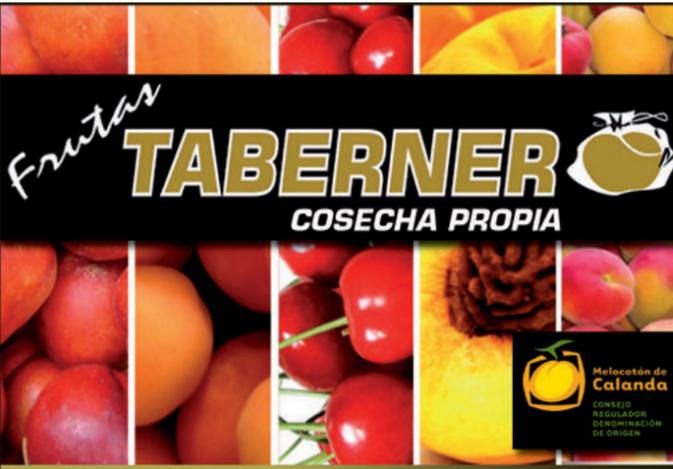
OFICINAS:
Calle Collado, 4
44621 MAZALEÓN (Teruel)

Tels: 976 637 444 • 616 301 989 • 610 471 381

E-mail: rubenjuan1979@hotmail.com

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





Frutas TABERNER

COSECHA PROPIA

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

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 20 al 26 de septiembre de 2021, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Otras Variedades	2,30
Albaricoque Moniqui	1,00
Ciruela Golden Japan y Songold	0,90
Red Beauty	0,70
Santa Rosa	1,00
Otras Variedades	1,10
Angeleno, Roja	1,00
Lima Otras Variedades	2,00
Limón Fino o Primafiori	0,70
Verna	0,80
Manzanas Royal Gala	0,80
Golden	1,20
Otras Variedades	1,40
Starking o Similares	1,00
Melocotón Baby Gold, Amarillo	1,40
Tirrenia	1,50
Otras Variedades	1,50
Royal Glory, Rojo	1,40
Melón Piel de Sapo y similares	0,50
Amarillo	0,40
Naranja Valencia Late	1,00
Nectarina Carne Amarilla	1,60
Paraguay Otras Variedades	1,25
Platereta	1,60
Pera Conferencia	1,25
Ercolini	1,40
Otras Variedades	1,10
Pitahaya Otras Variedades	10,00
Pomelo Amarillo	1,40
Resto de Frutas	0,60
Sandía sin Semilla	0,35
Con Semilla	0,20
Uva Red Globe	1,00
Aledo	1,30
Victoria	1,00
Italia o Ideal	1,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas, Verde	0,60
Hojas Rizadas, Lyon	0,60
Ajo Tierno o Ajete	2,80
Ajo Morado	2,70
Apio Verde	0,50
Berenjena Morada	1,00
Otras Variedades	0,70
Brócoli o Brócoli o Brecol	2,00
Calabacín Verde	0,80
Calabaza De Verano	0,40
De Invierno	0,60
Cardo	0,80
Cebolleta o Cebolla Tierna	2,00
Cebolla Babosa	0,40
Blanca Dulce Fuentes del Ebro	0,83
Morada	0,60
Otras Variedades	0,40
Grano de Oro o Valenciana	0,30
Chirivía	1,00
Col Lombarda o Repollo Rojo	0,80
Hojas Lisas	0,30
Repollo Hojas Rizadas	0,90
Coliflor	1,50
Escarola Rizada o Frisée	0,70
Espinaca	0,80
Judía Otras Variedades	7,00
Lechuga Cogollo	2,10
Hoja de Roble	1,00
Iceberg	1,60
Romana	0,40
Maíz o Millo	1,00
Nabo	0,70
Perejil	0,60
Pepino Corto o Tipo Español	0,80
Alpicoz	1,90
Pimiento Rojo California	1,00
Verde Italiano	1,00
Verde Padrón	1,90
Otras Variedades	1,00
Verde Cristal	0,90
Rojo Lamuyo	1,00
Puerro	0,90
Rábano y Rabanilla	1,20
Romolacha Común o Roja	0,70
Resto de Hortalizas	0,60

Seta Champiñón	1,60
Tomate Liso Rojo Daniela / Royesta	1,00
Liso Rojo Pera	0,60
Cherry	1,70
Muchamiel	1,30
Otras Variedades	1,00
Zanahoria o Carlota Nantesa	0,40
Otras Variedades	0,45
PATATAS	Euros/kg
Blanca Otras Variedades (Confec.)	1,40
Blanca Spunta (Granel)	0,40
Blanca Spunta (Confec.)	0,40
Roja Otras Variedades (Granel)	0,40
Blanca Ágata (Confec.)	0,40

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 23 de septiembre de 2021, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	1,35
Aguacate	2,50
Almendra	7,50
Pomelo	1,00
Avellana	6,50
Caqui	1,30
Carambolas	4,00
Castañas	6,00
Cerezas	8,50
Cocos	0,50
Membrillo	1,10
Dátiles	6,50
Feijoa	4,00
Higo	2,50
Higos Chumbos	2,00
Frambuesa	0,60
Grosellas	0,80
Kiwis	2,80
Lichis	3,20
Lima	1,50
Limón	0,90
Fresa	3,00
Fresón	1,60
Granada	1,20
Mandarina Clementina	1,50
Satsuma	2,00
Otras	1,70
Mangos	2,30
Maracuyá	8,00
Melón Galia	0,90
Amarillo	0,70
Piel de Sapo	0,50
Otros	1,50
Moras	16,00
Nashi	0,75
Nectarina Blanca	1,20
Amarilla	1,20
Níspero	3,50
Nueces	3,50
Olivas	3,80
Papayas	3,25
Pera Blanquilla	0,80
Verano	0,70
Invierno	1,20
Temprana	1,10
Piña	0,90
Pitahaya	9,00
Plátanos Canario	1,00
Importación	0,70
Manzana Bicolor	0,90
Amarilla	0,80
Verde	1,10
Roja	1,10
Otras	1,30
Melocotón Amarillo	1,50
Rojo Pulpa Blanca	1,00
Rojo Pulpa Amarilla	0,90
Ciruela	1,50
Uva Blanca	1,50
Negra	1,30
Rambután	4,80
Sandía con semilla	0,50
Sin semilla	0,45
Naranja	0,90
Chirimoya	2,00
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	1,00

Redonda	2,10
Ajo Seco	2,50
Tierno	0,50
Apio	0,70
Acelgas	0,70
Batata	0,85
Borrajá	1,00
Brócoli	1,40
Brecol	1,00
Calçots	0,13
Calabaza	0,60
Calabacín	0,40
Cardo	0,75
Alcachofa	0,80
Cebolla Seca	0,30
Figueras	0,60
Tierna	0,70
Pepino	1,00
Col Repollo	0,50
Bruselas	0,90
Lombarda	0,35
China	0,70
Coliflor	2,00
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,70
Larga	1,40
Otras	0,40
Endibia	0,95
Escarola	0,90
Espárragos Blancos	9,00
Verdes	2,70
Espinaca	0,95
Haba	1,10
Hinojo	1,00
Perejil	0,60
Judía Bobi	3,00
Perona	3,50
Fina	1,40
Otras	1,55
Nabo	1,00
Zanahoria	0,70
Patata Blanca	0,35
Temprana	0,50
Fresa	0,45
Pimiento Lamuyo	1,00
Verde	1,20
Rojo	1,30
Guisante	1,80
Puerro	1,15
Rábano	0,50
Remolacha	0,80
Tomate Maduro	1,10
Verde	1,00
Chirivía	0,90
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	3,50
Rovellón-Niscalco	12,00
Champiñón	1,60
Otras Setas	10,00
Maíz	0,75
Caña de Azúcar	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 21 al 24 de septiembre de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Ciruelas	1,30
Higos	3,00-3,30
Limonas	1,25-1,30
Manzana Golden	1,00
Melocotones Duros	2,00
Melón Piel de Sapo	0,65
Pera Blanquilla	1,30
Sandías	0,52-0,53
Uva Moscatel	1,40
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas	1,60-1,55
Cebollas	
Grano de Oro	0,32
Judías Verdes Perona	2,25-1,90
Lechugas	0,46
Patatas Calidad	0,27
Pepinos	1,00-0,90
Pimientos Verdes	1,40

Tomate Maduro	0,35
Verde	1,20
Zanahoria	0,45

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 13 al 19 de septiembre de 2021. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	2,56
Almendras	7,53
Castaña	4,40
Ciruela	1,14
Chirimoya	2,34
Dátil	4,00
Fresa / Fresón	5,00
Granada	1,47
Higo Fresco	3,44
Kiwi / Zesprí	2,70
Lima	1,50
Limón	1,22
Mandarina Clementina	Euros/kg
Fortuna / Nardocott	1,85
Satsuma / Ckitsu / Clausellina / Rufina / Chupi	1,10
Clemenules	2,40
Mango	1,73
Manzanas O.V. / Pink Lady	2,15
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,19
Royal Gala / Cardinale	1,02
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,82
Granny Smith	1,35
Starking / R. Chief / Gloster / Galaxia	1,19
Reineta / Canadá Gris	2,25
Melocotón / Baby Gool	1,75
Melón / Galia / Coca	0,50
Membrillo	0,97
Mora	17,00
Naranja Navel	1,15
Valencia Late / Miaknight	1,04
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,35
Nectarina	1,33
Nuez	3,76
Papaya	1,90
Paraguay	1,55
Pera Blanquilla o Agua	1,35
Ercolini / Etrusca	1,28
Conferencia / Decana	1,27
Limonera	0,99
Piña	1,02
Plátano	1,07
Banana	0,69
Sandía	0,35
Uva	1,84
Otros Frutos Secos	11,39
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,83
Ajo Seco	2,59
Alcachofa	1,88
Apio	1,13
Boniato / Batata	0,85
Berenjena	1,06
Brócoli / Brecol	2,20
Calabacín	0,96
Calabaza / Marruoco	0,68
Cebolla / Chalota	0,45
Cebolleta	0,80
Champiñón	2,02
Col Repollo	0,59
Lombarda	0,95
China	1,23
Coliflor / Romanescu	0,97
Endivia	2,20
Espárrago Verde	4,08
Espinaca	2,28
Judía Verde Fina (Brasilieña)	3,18
Boby / Kora / Striki	2,18
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	2,27
Lechuga O.V.	0,57
Cogollo	1,78
Iceberg	1,14
Nabo	0,83
Pepino	0,86
Perejil	1,35
Pimiento Verde	0,78
Rojo (Asar)	1,37
Puerro	1,13
Rábano / Rabanilla	1,50

Remolacha	1,60
Seta	3,39
Tomate O.V.	1,04
Cherry	3,06
Daniela	0,86
Zanahoria	0,71
Hierbabuena	1,50
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,45
Añeja	0,39

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 20 al 24 de septiembre de 2021, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	8,44
Fuerte	7,67
Otras Variedades	5,45
Albaricoque Moniqui	1,95
Otras Variedades	1,95
Almendra	1,50
Castaña	5,95
Cereza Picota	5,70
Chirimoya Otras Variedades	3,70
Ciruela Otras Familia Black, Roja	1,15
Golden Japan y Songold	1,25
Santa Rosa	1,15
Reina Claudia	1,30
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nour	2,35
Fresón Otras Variedades	11,95
Granada Otras Variedades	1,45
Guayaba Otras Variedades	1,77
Higo Chumbo	1,15
Verdal	2,68
Caqui Otras Variedades	2,15
Kiwi Kivigold	4,75
Pulpa Verde	2,55
Limón Fino o Primafiori	1,15
Otras Variedades	1,22
Verna	1,16
Litchi	4,45
Mandarina Clemenate	1,75
Clemenvilla o Nova	1,75
Ortanique	1,75
Manga Kent	2,01
Mango Tommy Atkins	1,95
Manzanas Fuji	1,70
Golden	1,75
Royal Gala	1,75
Granny Smith	1,45
Otras Variedades	1,65
Reineta	1,85
Starking o Similares	1,85
Melocotón Merrill y Elegant Lady, Rojo	1,75
Melón Piel de Sapo y Similares	1,09
Amarillo	1,41
Galia	1,95
Otras Variedades	1,90
Membrillo Común	2,45
Naranja Navel	1,34
Valencia Late	1,35
Otras Variedades	1,31
Navelina	1,31
Nectarina Carne Blanca	2,05
Carne Amarilla	1,75
Nuez	4,95
Papaya Grupo Solo y Sunrise	2,06
Papayón (2-3 kg/ud)	1,95
Paraguay Otras Variedades	2,05
Pera Conferencia	1,45
Otras Variedades	1,30
Ercolini / Morettini	1,45
Limonera	1,50
Piña Golden Sweet	4,78
Plátanos Canarias Primera	1,05
Canarias Segunda	0,75
Canarias Extra	1,21
Pomelo Rojo	1,35
Sandía Sin Semilla	0,69
Con Semilla	0,56
Uva Blanca, Otras Variedades	2,35
Negra, Otras Variedades	2,35
Red Globe, Roja	1,75
Italia o Ideal	1,95
Resto de frutas	0,95
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	1,45

MERCADOS NACIONALES

Ailimpo. Coyuntura mercado de limón y pomelo

Resumen informativo de la coyuntura de mercado del limón y pomelo en España facilitada por Ailimpo-Consejería de Agricultura de Murcia, durante el periodo comprendido del 13 al 19 de septiembre de 2021. Precios origen. Semana 37/2021.

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

Inicio retrasado de la campaña en España. Del lado de la oferta el punto de partida de España es un aforo oficial del MAPA de 1.011.000 toneladas (en línea con las 1.036.000 tons previsto por AILIMPO), lo que supone un descenso global del 25% respecto al balance provisional de recolección record de 1.360.000 toneladas de la campaña anterior 20/21, y caída más acusada para Verna (-40%) que para Fino (-15%). Respecto a la oferta de Turquía, este país recupera este año la producción normal de Interdonato después de dos años de baja cosecha, lo que supondrá su regreso al mercado europeo. En el lado de la demanda nos encontramos en este momento con un mercado europeo sobre ofertado con limón de Hemisferio Sur con importantes stocks en Holanda donde muchos contenedores se acumulan en los puertos a la espera de ser descargados. Mientras que la oferta argentina disminuye, la sudafricana sigue estando muy por encima de la media histórica en estas fechas debido a las llegadas tardías de fruta provocadas por los problemas de logística en el transporte marítimo en ese país. Al mismo tiempo, la demanda en Europa es lenta y no es capaz de absorber la fruta disponible. En este escenario complejo de oferta y demanda, el arranque de España se retrasa a la espera de que el mercado se limpie y los clientes incorporen los limones españoles en sus programas de venta progresivamente. Este retraso explica la lentitud de operaciones en origen, también condicionadas por las existencias de fruta de producción propia de los operadores y cooperativas. Y os recordamos que seguimos con las acciones de información de la campaña de promoción de LIMON DE ESPAÑA que apoya la UE. Toda la información aquí <https://thelemonage.eu>. También se recuerda la obligación legal de aportación económica paritaria de 0,6 €/Tonelada a pagar por productor y comercializador a través del mecanismo de extensión de norma regulado por la Orden Ministerial 541/2020 de 15 de junio (BOE 20 de junio de 2020).

POMELO

Pomelo Rojo: 0,25-0,30 €/Kg

El mercado europeo del pomelo se está despejando lentamente, con los pomelos de Sudáfrica en fin de campaña, el inicio de México que se esperan para la semana 39 y que será limitado por las malas condiciones meteorológicas y los retrasos en los fletes. Israel y Turquía estiman un aumento de cosecha mientras que España verá mermado ligeramente su aforo a la baja (-5%). En origen la mayoría de las partidas ya han sido objeto de compraventa.

Ajo Morado.....	3,35
Blanco.....	2,45
Tierno o Ajete.....	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95
Apio Verde.....	1,80
Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada.....	1,19
Berros.....	2,03
Boniato o Batata.....	1,25
Brócoli, Brocoli.....	2,09
Calabacín Blanco.....	1,35
Verde.....	0,55
Calabaza de Verano.....	0,53
De Invierno.....	0,25
Cebolla Grano Oro o Valenciana.....	0,65
Morada.....	1,00
Recas o Similares.....	1,45
Cebolletas o Cebolla Tierna.....	1,15
Col China o Pekinensis.....	0,95
Lombarda o Repollo Rojo.....	1,20
Repollo Hojas Rizadas.....	0,49
Coliflor.....	0,94
Endivia.....	0,95
Escarolas Rizada o Frisé.....	1,43
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Espinacas.....	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Roja.....	2,50
Hinojo.....	2,45
Judía Verde Bobby.....	3,04
Verde Otras Variedades.....	3,63
Verde Elda.....	4,95
Lechuga Otras Variedades.....	0,30
Romana.....	0,36
Maíz o Millo.....	0,47
Nabo.....	0,95
Pepino Corto o Tipo Español.....	0,55
Largo o Tipo Holandés.....	1,14
Perejil.....	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	1,30
Otras Variedades.....	1,21
Rojo Lamuyo.....	1,44
Verde Italiano.....	1,53
Verde Padrón.....	1,71
Puerro.....	1,21
Rábano y Rabanilla.....	1,45
Remolacha Común o Roja.....	1,30
Seta Champiñón.....	1,95
Girgola o Chopo.....	2,20
Tomate Cherry.....	2,65
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta.....	1,23
Liso Rojo Canarias.....	1,00
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	1,62
Jengibre.....	2,25

Ñame o Yame.....	3,45
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,55
Hortalizas IV Gama.....	5,50
Resto Hortalizas.....	0,80
PATATAS (Granel) Euros/kg	
Blanca, Otras Variedades.....	0,70
Blanca Spunta.....	1,09
Otras Variedades.....	1,15
Roja Otras Variedades.....	0,75

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 21 al 24 de septiembre de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Ciruelas.....	1,70
Higos.....	2,75
Limonera.....	1,50
Limones.....	2,20
Manzana Golden.....	2,20
Roja.....	1,35
Melocotones Duros.....	1,10
Melón Piel de Sapo.....	0,64
Pera Blanquilla.....	1,60
Sandías.....	0,26
Uva Moscatel.....	1,10
HORTALIZAS Euros/kg	
Berenjenas.....	1,80
Cebollas Grano de Oro.....	0,28
Judías Verdes Perona.....	3,60
Lechugas.....	0,73
Patatas Calidad.....	0,30
Pepinos.....	1,00
Pimientos Verdes.....	1,00
Tomates Verdes.....	1,05
Zanahorias.....	0,50

Mercamurcia

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 20 de septiembre de 2021. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A.

FRUTAS Euros/kg	
Aguaate Fuerte.....	2,40
Hass.....	2,25
Otras Variedades.....	1,75
Castaña.....	2,75
Chirimoya Fina de Jete.....	2,40
Otras Variedades.....	2,25
Ciruelas Otras Familia Black.....	0,90
Otras Variedades.....	0,90
Coco en Seco (caja 10-14 p).....	0,70
Dátil Deglet Nour.....	2,80
Medjoul.....	7,00

Otras Variedades.....	4,75
Fresón Otras Variedades.....	3,25
Granada Mollar de Elche.....	0,85
Guayaba Otras Variedades.....	5,75
Higo Chumbo.....	3,25
Caqui Sharoni.....	1,20
Kiwi Pulpa Verde.....	2,50
Lima Mejicana (Ácida).....	2,10
Limón Fino o Primafori.....	0,90
Mandarina Otras Variedades.....	1,65
Mango Haden.....	1,90
Tommy Atkins.....	2,10
Otras Variedades.....	1,80
Manzanas Golden.....	0,80
Starking o similares.....	0,80
Granny Smith.....	1,30
Royal Gala.....	0,85
Otras Variedades.....	1,10
Melocotón Otras Variedades.....	1,15
Calanda.....	1,65
Melón Piel de Sapo (y similares).....	0,65
Naranja Navel.....	0,80
Valencia Late.....	0,75
Lanelate.....	0,85
Nectarina Otras Variedades.....	1,00
Nuez.....	3,70
Papaya Otras Variedades.....	1,90
Solo o Sunrise.....	2,25
Paraguay Otras Variedades.....	1,25
Pera Conferencia.....	0,90
Ercolini / Moretini.....	1,10
Agua o Blanquilla.....	1,10
Limonera.....	1,30
Piña Golden Sweet.....	0,95
Otras Variedades.....	0,80
Pitahaya Amarilla.....	3,75
Plátanos Canarias Extra.....	1,00
Canarias 1ª.....	0,90
Canarias 2ª.....	0,70
Americano o Banana.....	0,70
Macho.....	1,50
Pomelo Rojo.....	0,90
Sandía Sin Semilla.....	0,45
Uva Sin Semilla Blanca.....	1,30
Red Globe.....	1,10
Sin Semilla Negra.....	1,10
Italia.....	1,30
Resto de Frutas.....	2,15
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga Hojas Lisas, Verde.....	0,55
Ajo Blanco.....	2,75
Morado.....	2,10
Otras Variedades.....	2,25
Tiero o Ajete.....	3,75
Apio Verde.....	0,50
Berenjena Morada.....	1,25
Otras Variedades.....	1,30
Boniato o Batata.....	0,90
Brócoli/Brecol.....	1,15
Calabacín Verde.....	0,70
Calabaza De Verano.....	0,75
Otras Variedades.....	0,50
Cardo.....	0,90
Cebolla Grano de Oro o Valenciana.....	0,38
Babosa.....	0,35
Morada.....	0,55
Blanca Dulce de Ebro.....	0,90
Francesa o Echalote.....	0,80
Cebolleta o Cebolla Tierna.....	0,85
Chirivía.....	0,95
Col Repollo Hojas Rizadas.....	0,75
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,55
Coliflor.....	1,30
Endivia.....	2,25
Escarola Rizada o Frisé.....	1,10
Lisa.....	1,10
Espárrago Verde o Triguero.....	3,30
Espinaca.....	1,00
Judía Verde Fina.....	4,20
Boby.....	2,50
Perona.....	2,40
Lechuga Romana.....	0,45
Iceberg.....	0,60
Cogollo.....	0,75
Hoja de Roble.....	1,40
Lollo Rosso.....	1,40
Otras Variedades.....	0,25
Maíz o Millo.....	0,60
Nabo.....	0,95
Pepino Corto o Español.....	1,10
Perejil.....	0,80
Pimiento Verde Italiano.....	0,85
Rojo Lamuyo.....	1,60
Verde Padrón.....	1,70
Puerro.....	0,75
Rábano y Rabanilla.....	1,40
Remolacha Común o Roja.....	0,55
Seta Champiñón.....	1,80
Girgola o Chopo.....	3,25
Tomate Liso Rojo Daniela/Royesta.....	0,85
Coco en Seco (caja 10-14 p).....	1,10
Rojo Pera.....	1,00
Cherry.....	1,70

Verde Rambo.....	1,10
Liso Rojo Canarias.....	1,00
Verde Mazarrón.....	1,10
Kumato.....	1,70
Muchamiel.....	1,70
Otras Variedades.....	1,10
Verde Mazarrón.....	1,10
Asurcado Verde Raf.....	1,80
Granada Zafarraya.....	1,00
Zanahoria o Carlota en Rama.....	0,65
Carlota Nantesa.....	0,45
Jengibre.....	2,40
Ñame o Yame.....	1,25
Oca o Quimbombó.....	3,40
Tamarillo Otras Variedades.....	4,50
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	2,80
Hortalizas IV Gama.....	3,40
PATATAS Euros/kg	
Nuevas.....	0,45
Híbrida (local).....	1,80
Otras (local).....	1,70
Otras (no local).....	1,80
Guayabos (local).....	3,50
Mangos (local).....	1,80
Mangas (local).....	2,00
(no local).....	2,20
Kiwi (no local).....	4,85
Duraznos Pequeños (local).....	1,00
Grandes (local).....	1,80
Higos Picos (local).....	1,20
Parchita (local).....	2,00
Litchis (local).....	6,50
Moras (no local).....	7,00
Pitaya Roja (local).....	3,70
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelgas (local).....	0,90
Ajos (no local).....	2,80
Albahaca (local).....	7,50
Apio (local).....	1,50
(no local).....	1,50
Berenjenas Moradas (local).....	1,50
(no local).....	1,50
Bubangos (local).....	1,20
Calabacines (local).....	0,80
Redondos (local).....	1,10
Zucchini (local).....	1,30
Calabazas (local).....	0,40
(no local).....	0,70
Cebollas Cebolletas (local).....	1,80
Blancas (no local).....	0,75
Blancas (local).....	0,60
Moradas (local).....	1,20
Moradas (no local).....	1,20
Cebollino (local).....	3,00
Coles Repollo (local).....	0,70
Repollo (no local).....	0,70
Lombarda (local).....	1,50
Lombarda (no local).....	1,80
Coliflor (local).....	2,00
(no local).....	2,00
Champiñón (no local).....	2,10
Endivias (no local).....	2,80
Escarolas (local).....	0,70
Espárragos Trigueros (no local).....	6,00
Espinacas (local).....	4,50
Habas Verdes (local).....	2,20
Habichuelas	
Redondas Bobby (local).....	3,00
Redondas Bobby (no local).....	3,00
Coco Planas (local).....	2,80
Lechugas Batavia (local).....	3,30
Romanas Alargadas (local).....	1,80
Iceberg (local).....	3,20
Iceberg (no local).....	2,50
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).....	0,50
Perejil (local).....	2,60
Pimientos Verdes (local).....	1,10
Rojos (local).....	1,30
Rojo (no local).....	1,50
Padrón (local).....	2,20
Padrón (no local).....	1,80
Amarillo (local).....	1,40
Amarillo (no local).....	1,80
Puerros (local).....	1,60
(no local).....	1,80
Rabanillas (local).....	1,00
Rábanos (local).....	2,00
Romero (local).....	15,00
Rúcula (local).....	4,80
Setas (no local).....	5,00
Tomates Pera (local).....	2,00
Salsa (local).....	1,30
Salsa (no local).....	1,40
Ensalada (local).....	1,90
Ensalada (no local).....	1,50
Cherry (local).....	3,00
Cherry (no local).....	2,80
Tomillo (local).....	7,50
Zanahorias	

Lima (local).....	2,20
(no local).....	3,00
Piña Tropical (local).....	2,50
Tropical Dulce (local).....	5,50
Plátanos Extra (local).....	1,15
Primera (local).....	0,80
Segunda (local).....	0,60
Pomelos (no local).....	1,90
Sandías (local).....	0,40
(no local).....	0,90
Sin Pepitas (no local).....	0,60
Sin Pepita (local).....	0,65
Uvas Otras Blanca (local).....	2,50
Tempranilla (no local).....	0,95
Red Globe (no local).....	1,95
Otras Negras (local).....	2,00
Papaya Hawaiana (local).....	2,00
Cubana (local).....	1,80
Híbrida (local).....	1,80
Otras (local).....	1,70
Otras (no local).....	1,80
Guayabos (local).....	3,50
Mangos (local).....	1,80
Mangas (local).....	2,00
(no local).....	2,20
Kiwi (no local).....	4,85
Duraznos Pequeños (local).....	1,00
Grandes (local).....	1,80
Higos Picos (local).....	1,20
Parchita (local).....	2,00
Litchis (local).....	6,50
Moras (no local).....	7,00
Pitaya Roja (local).....	3,70
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelgas (local).....	0,90
Ajos (no local).....	2,80
Albahaca (local).....	7,50
Apio (local).....	1,50
(no local).....	1,50
Berenjenas Moradas (local).....	1,50
(no local).....	1,50
Bubangos (local).....	1,20
Calabacines (local).....	0,80
Redondos (local).....	1,10
Zucchini (local).....	1,30
Calabazas (local).....	0,40
(no local).....	0,70
Cebollas Cebolletas (local).....	1,80
Blancas (no local).....	0,75
Blancas (local).....	0,60
Moradas (local).....	1,20
Moradas (no local).....	1,20
Cebollino (local).....	3,00
Coles Repollo (local).....	0,70
Repollo (no local).....	0,70
Lombarda (local).....	1,50
Lombarda (no local).....	1,80
Coliflor (local).....	2,00
(no local).....	2,00
Champiñón (no local).....	2,10
Endivias (no local).....	2,80
Escarolas (local).....	0,70
Espárragos Trigueros (no local).....	6,00
Espinacas (local).....	4,50
Habas Verdes (local).....	2,20
Habichuelas	
Redondas Bobby (local).....	3,00
Redondas Bobby (no local).....	3,00
Coco Planas (local).....	2,80
Lechugas Batavia (local).....	3,30
Romanas Alargadas (local).....	1,80
Iceberg (local).....	3,20
Iceberg (no local).....	2,50
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).....	0,50
Perejil (local).....	2,60
Pimientos Verdes (local).....	1,10
Rojos (local).....	1,30
Rojo (no local).....	1,50
Padrón (local).....	2,20
Padrón (no local).....	1,80
Amarillo (local).....	1,40
Amarillo (no local).....	1,80
Puerros (local).....	1,60
(no local).....	1,80
Rabanillas (local).....	1,00
Rábanos (local).....	2,00
Romero (local).....	15,00
Rúcula (local).....	4,80
Setas (no local).....	5,00
Tomates Pera (local).....	2,00
Salsa (local).....	1,30
Salsa (no local).....	1,40
Ensalada (local).....	1,90
Ensalada (no local).....	1,50
Cherry (local).....	3,00
Cherry (no local).....	2,80
Tomillo (local).....	7,50
Zanahorias	

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 38-2021, del 14 al 20 de septiembre 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>		
SATSUMAS		
Clausellina / Okitsu	0,24	Alicante
Clausellina / Okitsu	0,17-0,25	Valencia
Clausellina / Okitsu	0,21-0,25	L. Valencia
Satsuma Iwasaki	0,19-0,28	Valencia
Satsuma Iwasaki	0,19-0,28	L. Valencia
CLEMENTINAS		
Clemenrubí	0,49-0,70	Alicante
Clemenrubí	0,63-0,65	Castellón
Clemenrubí	0,42-0,59	Valencia
Clemenrubí	0,42-0,68	L. Valencia
Clemenules	0,33-0,34	Alicante
Clemenules	0,33-0,42	Castellón
Clemenules	0,25-0,33	Valencia
Clemenules	0,25-0,42	L. Valencia
Marisol	0,33	Alicante
Marisol	0,27-0,30	Castellón
Marisol	0,25-0,34	Valencia
Marisol	0,25-0,34	L. Valencia
Orogrande	0,28-0,33	Alicante
Orogrande	0,33-0,36	Castellón
Orogrande	0,25-0,42	L. Valencia
Oronules	0,55-0,65	Alicante
Oronules	0,60-0,62	Castellón
Oronules	0,36-0,59	Valencia
Oronules	0,42-0,59	L. Valencia

Arrufatina	0,33-0,39	Alicante
Arrufatina	0,36-0,39	Castellón
Arrufatina	0,25-0,35	Valencia
Arrufatina	0,33-0,38	L. Valencia
OTRAS MANDARINAS		
Clemenvilla	0,31-0,35	Alicante
Clemenvilla	0,28-0,35	L. Valencia
NARANJAS		
Navelina	0,21-0,24	Alicante
Navelina	0,15-0,25	Valencia
Navelina	0,17-0,23	L. Valencia
LIMÓN		
Verna Tardío	0,30-0,40	Alicante
FRUTAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Caqui Rojo Brillante	0,23-0,33	Valencia
Granada Valenciana	0,66-0,72	Alicante
Manzana Gala	1,14	Alicante
Golden	1,27	Alicante
Uva de Mesa		
D. María	0,60-0,65	Alicante
Red Globe	0,55-0,60	Alicante
Moscato Romano	0,60	Alicante
Ideal	0,55-0,60	Alicante
HORTALIZAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,45-0,50	Alicante
Ajo Puerro	0,55-0,60	Alicante

Apio Verde	0,32-0,35	Alicante
Berenjena Rallada	0,47-0,69	Alicante
Rallada	0,40-0,85	Castellón
Boniato Rojo	0,46-0,47	Alicante
Calabacín	0,31-0,39	Alicante
Blanco	0,20-0,25	Castellón
Calabaza Tipo Cacahuete	0,22-0,34	Alicante
Tipo Cacahuete	0,55	Castellón
Redonda	0,68-0,85	Castellón
Cebolla Grano	0,25-0,30	Castellón
Col Repollo Hoja Lisa	0,19-0,22	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,27-0,43	Castellón
Coliflor Blanca	0,75-1,06	Castellón
Habichuela Blanca	4,25-5,50	Castellón
Roja	1,50-2,55	Castellón
Lechuga Maravilla	0,43-0,56	Castellón
Romana	0,17-0,35	Castellón
Trocadero	0,64	Castellón
Melón Piel de Sapo	0,55-0,85	Castellón
Patata Blanca	0,28-0,47	Alicante
Pepino Blanco	0,50-0,82	Alicante
	0,85-1,02	Castellón
Pimiento Lamuyo Rojo	0,80-0,90	Castellón
Dulce Italiano	0,32-0,52	Alicante
Dulce Italiano	0,50-0,85	Castellón
Sandia Sin Semillas	0,21-0,30	Castellón
Tomate Acostillado	0,77-1,18	Alicante

Valenciano	1,28	Castellón
Redondo Liso	0,51-1,00	Castellón
Pera	0,20-0,43	Alicante
Pera	0,34-0,64	Castellón
Daniela	0,43-0,77	Alicante
Muchamiel	1,10-1,14	Alicante
Raff	0,51-0,77	Castellón
Zanahoria	0,16-0,17	Alicante
FRUTOS SECOS		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	4,01-4,11	Alicante
Comuna	3,80-4,00	Castellón
Largueta	5,11-5,21	Alicante
Marcona	6,71-6,81	Alicante
Marcona	6,65-6,90	Castellón
Planeta	4,06-4,16	Alicante
INDUSTRIALES		
<i>(Entrada almacén. Cotización más frecuente)</i>		
ACEITE Oliva Lampante >2º	2,90-2,95	Castellón
Oliva Virgen 0,8º-2º	3,20-3,30	Castellón
Oliva Virgen Extra	3,40-3,50	Castellón
Garrafa Entera	0,80-1,10	Castellón
Miel		
De Flor de Naranja	4,00-4,30	Castellón
De Milflores	3,20-3,40	Castellón
De Romero	4,00-4,20	Castellón

Segunda (no local)	0,65
Segunda (local)	1,20
Primera (local)	1,90
Batatas Otras (local)	1,30
Yema Huevo (local)	1,50
Lanzarote (no local)	1,20
Blancas (local)	1,00
Pimientas Otras (local)	3,50
Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	6,00
Berros (local)	1,80
Beterrada (local)	1,10
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	2,40
Piña Millo Dulce (local)	1,20
(no local)	2,55
Ñames (local)	5,50
Yuca (no local)	1,90
Jengibre (no local)	2,80
Pantanas (local)	1,00
Hinojo (no local)	1,60
(local)	1,70
Piña de Millo (local)	1,50
Brecol (local)	3,30
Hierba Huerto (local)	4,50
PATATAS	
Euros/kg	
Otras Blancas (no local)	0,85
Otras Blancas (local)	0,90
Up to Date (local)	1,00
King Edward (local)	1,00
King Edward (no local)	0,85
Cara (local)	0,55
Cara (no local)	0,85
Bonita (local)	3,50
Rosada (local)	0,90
Negra (local)	4,50
Spunta (local)	0,50
Negra Oro (local)	4,50
Slaney (local)	0,80
Red-Cara / Druid (local)	0,55
Red-Cara / Druid (no local)	0,85
Galáctica (local)	0,70
Rooster (local)	0,90

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 24 de septiembre de 2021, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.)	1,20
Coco	0,95
Kiwi	1,25
Limón	0,95
Manzana Royal Gala	0,75
Golden	0,65
Melón Galia	0,90
Membrillo	0,70
Pera	0,70
Conferencia	0,65
Piña	0,95
Plátano de Canarias	0,90
Papaya	1,30
Uva Blanca	1,40
Roseti	1,30
VERDURAS Y HORTALIZAS	
Euros/kg	
Boniato Rojo	0,90
Boniato	0,75
Calabacín	0,85
Calabaza	0,55
Guindilla	1,25
Jengibre	2,00
Judía	1,30
Espárrago	0,80
Patata	0,45
Nueva	0,65
Pimiento Verde Italiano	0,85
Padrón	2,15
Remolacha	0,47
Tomate Daniela	0,80
Pera	1,30
MM Raf	1,45
OTROS	
Euros/kg	
Almendra	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California	1,40

Generalitat Catalunya

Evolución semanal de precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas y hortalizas de la semana 37, del 13 al 19 de septiembre de 2021, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Tarragona	
Acelga	0,47
Calabacín	0,35
Cebolla	0,11
Berenjena	0,68
Lechuga Romana	0,15
Judía Plana	0,97
Tomate	49,75
El Llobregat	
Apio	0,45
Cebolla Tierna	0,60
Calabacín	0,55
Pepino	0,60
Lechuga Romana	0,45
Judía Tierna Perona	2,60
Zanahoria	0,50
Puerro	1,05
Tomate Híbrido	1,40
El Maresme	
Ajo Tierno (manejo)	0,65
Calabacín	0,45

Cebolla Tierna (manejo)	0,60
Pepino	0,55
Lechuga Romana (unidad)	0,45
Hoja Roble (unidad)	0,45
Perejil (manejo)	0,30
Judía Tierna Perona	2,55
Zanahoria (manejo)	0,55
Puerro	0,55
Tomate Híbrido	0,65
<i>(Las semanas corresponden a los días que se fijan los precios, independientemente de su vigencia)</i>	

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 23 de septiembre de 2021. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª	159,00
Rama campo 2ª	120,00
AVENA	
Avena Blanca	184,00
Rubia	191,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada Pienso -62 kg/hl	210,00
Pienso +62 kg/hl	215,00
CENTENO	
Centeno	205,00
GIRASOL	
Pipa Alto Oleico	505,00
Pipa de Girasol	500,00
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	252,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	445,00
Duro Proté=12%	440,00
Extensible Chamorro	238,00
Forrajero	232,00
Gran Fuerza w 300	265,00
Media Fuerza w -300	254,00
Panificable	237,00
Triticales	219,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	246,00
Yero Grano	214,00

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 21 de septiembre 2021. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	182,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	243,00
CENTENO	
Centeno	240,00
COLZA	
Importación 34/36%	300,00
GARROFA	
Harina	125,00
Troceada	135,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	284,00
GIRASOL	
Importación 34%	S/C
Semillas de Girasol	510,00
Torta de Girasol	320,00
Importación 28/3	205,00

MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación	284,00
Importación	263,00
Importación CE	273,00
MUO	
Importación	450,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%	410,00
Soja Nacional 47%	412,00
Aceite	
Crudo de Soja	1.166,00
Salvados de Soja	222,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	203,00
Forrajero	257,00
Panificable, mín. 11	270,00
Triticales	S/C
FRUTOS SECOS	
Euros/Tm	
ALMENDRAS	
Común 14 mm	5.450,00
Largueta 12/13 mm	5.550,00
Largueta 13/14 mm	5.850,00
Marcona 14/16 mm	12.000,00
Marcona 16 mm	12.200,00
AVELLANA	
Negreta en grano	6.650,00
PIÑÓN	
Castilla	67.500,00
Cataluña	67.000,00
LEGUMBRES	
Euros/Tm	
GUISANTE	
Forrajero	307,00
Forrajero Importación	S/C
ACEITE	
Palmiste Importación	212,00
Crudo de Palma	1.140,00

Lonja de Binefar

Información de precios orientativos de los cereales, acordados como más representativos, referidos al 22 de septiembre de 2021. Sobre camión con destino fábrica, posición Binefar.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz	270,00
Cebada 64 k/hl	237,00
Trigo Pienso	253,00
Panificable	265,00
ALFALFA	
Rama 1ª - A	133,00-138,00
Rama 2ª	124,00-129,00
Rama 3ª	100,00-105,00
<i>Precio medio s/camión, salida fábrica de zona.</i>	

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 16 de septiembre de 2021. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	S/C
Grupo 4	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/O

Grupo 2	S/O
Grupo 3	S/C
Grupo 4	S/C
Grupo 5	S/C
OTROS PRODUCTOS	
Tricale	S/O
Cebada	S/O
Avena	227,00
Maíz	252,00
Harina	S/C
Sorgo	S/O
Habas	S/O
Colza	S/C
Guisantes	S/O
Girasol Alto Oleico	530,00
Girasol	520,00
<i>Próxima sesión 30 de septiembre de 2021.</i>	

Mesa de almendras de la Lonja de Contratación de Productos Agrarios de Córdoba. Cotización para partidas de grano de almendra en cáscara, situado sobre el almacén partidor. Acta de la sesión del 23 de septiembre 2021. Precios orientativos agricultor en destino.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Belona	5,40
Soleta	4,23
Floración Tardía Monovarietal	4,23
Guara	4,30
Antoñeta	4,30
Constantí	5,00
Comuna Tradicional (máx. 0,2)	4,10
Ecológica	S/C
<i>Próxima sesión el 7 de octubre de 2021</i>	

MERCADOS NACIONALES

Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 13 al 19 de septiembre de 2021.

CEREALES

■ **De invierno:** Las precipitaciones registradas esta semana se han producido con la mayor parte de las tierras labradas y preparadas para la nueva campaña. No obstante, aprovechando el tiempo que han dejado estas primeras lluvias se aprovecha para labrar las rastrojeras que quedaban pendientes. ■ **De primavera:** En el cultivo del arroz predomina el estado fenológico de grano pastoso, grano lechoso en las parcelas más atrasadas y grano duro dorando la espiga en las parcelas más adelantadas. Las lluvias han provocado el encamado de algunas parcelas, sobre todo aquellas parcelas con la espiga bien llena y en proceso de madurez total. Ya se ve movimiento de cosechadoras en la margen izquierda, la recolección se iniciará próximamente. Las lluvias han paralizado la recolección de las parcelas de maíz en la Vega del Guadalquivir. Los rendimientos que se están obteniendo en las últimas parcelas de maíz grano en la provincia de Sevilla son inferiores a la media. En Granada, la recolección del maíz grano ha comenzado en algunas parcelas de la comarca de La Vega aunque debido a las lluvias se han detenido a la espera de que el tiempo seque en los próximos días y evitar excesos de humedad. Los rendimientos están siendo medio-bajos. Las parcelas que están más retrasadas, 2ª cosechas o ciclos 500-600, se encuentran en la fase de maduración de granos.

CULTIVOS INDUSTRIALES

Córdoba: Durante esta semana se ha generalizado la recolección del maíz, obteniéndose rendimientos óptimos, entre 12.000-15.000 kg/ha. Las mazorcas están muy completas y los granos presentan una calidad alta. El estado fenológico más retrasado del algodón es el G (Cápsulas grandes) y el predominante es 1A (Cápsulas abiertas), presenta unos 10-15 días de adelanto debido a las altas temperaturas de agosto. Se le ha aplicado defoliante al 55-65% de las parcelas. **Huelva:** En las parcelas de girasol, se realizan faenas de recogida de cañas, tallos, restos vegetales y su posterior eliminación. A pesar de no tener una calidad excelente, las cotizaciones del girasol en la presente campaña están siendo muy altas debido al alza en general de las materias primas y la escasez de material disponible. El desarrollo del algodón de la zona Condado-Campiña en la presente campaña es inferior al de otras campañas. El calor y la falta de lluvias ha adelantado la fenología del cultivo y consecuentemente la apertura de cápsulas. El cultivo se muestra sano y no se ha visto afectado especialmente por el ataque de plagas, presentando un estado fitosanitario positivo. En muchas explotaciones se comienzan a aplicar tratamientos defoliantes previos a la recolección. **Jaén:** El estado fenológico del algodón oscila entre la aparición de cápsulas grandes y las cápsulas abiertas en casi todas las parcelas. Las plantas presentan un desarrollo menor que otras campañas. En la comarca de La Loma las parcelas presentan en torno a un 20-30% de cápsulas abiertas. Ya pronto comenzará la aplicación del defoliante. **Sevilla:** En el contexto de una campaña corta de agua con riegos deficitarios en muchas parcelas, el estado fenológico dominante del algodón es el de cápsulas abiertas y aplicando los defoliantes. Cápsulas grandes en las parcelas más atrasadas e iniciando la recolección esta semana en los secanos y en los regadíos más adelantados. Finalizada la recolección del tomate de industria, tras una campaña de rendimientos inferiores a las medias de otros años por falta de agua para completar en muchos casos el ciclo del cultivo. Se están rematando las últimas parcelas del pimiento de industria.

TUBÉRCULOS PARA CONSUMO HUMANO

Málaga: En la comarca de Vélez-Málaga, las batatas siguen en crecimiento, estando las más adelantadas en recolección con rendimientos medios y cotizaciones normales. **Sevilla:** Desarrollo de los brotes en las parcelas de patatas tardías. Maduración y recolección de las parcelas de batata.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos: Almería:** En Poniente, han comenzado las recolecciones de los pimientos Californica, aunque la mayoría de estos están en fase de engorde, los Lamuyos han terminado de plantarse y están en las primeras fases de cultivo y los Italianos están aún plantándose. Comienza la recolección de las plantaciones más tempranas de tomates, el resto se encuentra en crecimiento y engorde del fruto, así como floración en los primeros pisos. Se sigue produciendo una reducción de plantaciones de tomates debido a la baja rentabilidad y a la competencia de países terceros. Continúan los trasplantes de berenjenas, aunque hay plantaciones en todas las fases de cultivo e incluso recolectando los primeros frutos en las plantaciones más precoces. Hay plantaciones de pepinos en todas las fases de desarrollo, unas recién trasplantadas y las más tempranas en plena producción. La recolección de pepinos tipo francés y español sigue en aumento, pero no hay mucha producción hasta ahora. Prosiguen los trasplantes de calabacines a los invernaderos, las plantaciones más tempranas comienzan a recolectarse. Los invernaderos de judías verdes más adelantados se encuentran recolectando judías Helda y Strike. En los semilleros se realizan tratamientos con organismos de control biológico para proteger a la joven planta antes del trasplante al invernadero. Aún quedan por trasplantarse partidas de tomate, calabacín, berenjena y pimientos más tardíos. En los invernaderos de Nijar, continúa la recolección de los tomates pera y ramos tempranos, que en algunos casos presentan un calibre pequeño, debido a las incidencias meteorológicas sufridas durante el verano, y que también provocan que en algunos ramos se suelten los tomates al cortar. El resto de las plantaciones va cuajando bien. En los pimientos se está quitando casi todo el blanqueo de las cubiertas. En los invernaderos de berenjenas ha habido un cuaje irregular hasta ahora. Las plantaciones de verano de calabacín ya están acabando, comenzando ahora a ponerse las de otoño. **Cádiz:** La campaña del tomate está muy adelantada en la provincia pero no ha finalizado, quedan parcelas aún en la comarca Costa Noroeste y en la comarca de La Campiña. Los rendimientos están siendo más bajos que otros años. **Granada:** En la comarca de La Costa, se observan invernaderos de pepino tipo Holandés que comenzarán la recolección sobre el 20 de septiembre. La recolección del pimiento Palermo comenzará en el mes de octubre y se encuentran en estado fenológico de crecimiento del fruto. Las judías verdes de la variedad Rique, tipo Perona comenzarán en unos días la recolección. **Huelva:** Se realiza alguna faena de plantación de fresa suelta. Los plantones proceden de "viveros de altura" en Castilla-León. Se espera que en la primera semana de octubre se generalice la plantación con variedades extratempranas como la Rábida, Fortuna y Rociera, las variedades más utilizadas en la campaña pasada en nuestra provincia. Se produce una escasa producción de frambuesa en estos momentos. **Málaga:** Las plantaciones han comenzado a mediados de mes con pimientos, calabacines, tomates, judías verdes y pepinos. En los invernaderos se limpia el suelo de forrajes, matas y restos orgánicos. Se echan los plásticos y se arreglan o remiendan. ■ **Al aire libre: Córdoba:** La recolección de pimiento Lamuyo en la zona de Montalbán está muy adelantada. Los verdes ya están finalizando, y los rojos muy avanzados obteniéndose rendimientos de unas 40 tn/ha. **Granada:** La recolección de mora finalizaba a finales de agosto con rendimientos de 10-12 tn/ha. Este año la campaña ha sido más corta de lo habitual debido a las inclemencias climáticas. Los tomates pera han comenzado a recogerse hace una semana en algunas zonas de Alhama. Las coliflores de la variedad Whiton comenzaron a recogerse sobre el 10 de agosto estando ahora finalizando. En la comarca de Huéscar se han plantado diversas parcelas de esta coliflor de ciclo corto. En la comarca de Alhama se observan parcelas de col china plantadas sobre el 15 de julio y que se encuentran en estado fenológico de crecimiento de las partes vegetales cosechables. Hay parcelas tempranas ya en recolección pero se generalizará en el próximo mes. **Sevilla:** Nascencia y primeros estadios de las habas de verdeo. Plantación y primeros estadios en brócolis y coliflores tempranas. Rematando la recolección de la calabaza cacahuete.

FLOR CORTADA Y PLANTA ORNAMENTAL

Almería: La Poinsettia se encuentra en estado fenológico de crecimiento, se suelen plantar en macetas de 12 cm de diámetro con una densidad de 8 plantas/m². Se observan problemas de mosca blanca que se atacan con medidas de lucha biológica. Así mismo, nos encontramos con plantaciones de Dipladenia cultivadas en macetas que oscilan de 7 a 30 cm. Las Calas se cultivan en macetas de 17 cm. **Málaga:** En los viveros se está preparando la campaña de invierno de la Poinsettia. Se están moviendo especies como Hibiscus, Callistemon y Metrosideros en macetas de 5 litros. Flores en tiesto como geranios y gitanillas mantienen una buena actividad comercial, también las plantas aromáticas como Romero, Tomillo y Lavanda. Las perspectivas para este sector son bajas respecto a antes de la pandemia y los viveros en activo están manteniendo superficie, ni aumentan, ni disminuyen.



FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos: Jaén:** A medida que avanza la recolección de los almendros se observa que los rendimientos están siendo bajos por la sequía. La mayor parte de las explotaciones son de secano en la provincia y la pepita no ha cuajado bien, pesa muy poco. La falta de lluvias no ha dejado rematar el grano. Ahora ha llovido pero ya es tarde y no se aprovechará el agua para el fruto, al árbol si le viene bien. **Granada:** La recolección de la almendra en la comarca de La Costa se inició el 1 de septiembre, adelantándose 15 días respecto a un año normal. La producción está siendo corta con datos de 500-600 kg/ha de rendimiento. En la comarca de Alhama se están recolectando variedades tardías. Los rendimientos en las comarcas de Guadix, Baza y Huéscar son muy bajos con parcelas que ni siquiera se han recolectado. En los pistachos, en las comarcas de Montefrío, Alhama y La Vega se recolectan parcelas aunque las lluvias han paralizado esta labor. Hay muchas plantaciones nuevas que no están en producción. En la comarca de La Vega las nueces se encuentran en estado fenológico de maduración, en la comarca de Guadix, los nogales se encuentran algo más retrasados predominando las parcelas de frutos en fase de engorde. **Sevilla:** La recolección se encuentra muy avanzada en los almendros de la provincia. ■ **Frutales de hueso y pepita: Almería:** Está finalizando la cosecha de las variedades más tardías de manzana. **Sevilla:** Recolectación de las granadas. Se inicia el envero en las plantaciones de caquis. ■ **Frutales subtropicales:** El estado fenológico predominante de los aguacates es el engorde de fruto y el más avanzado de maduración. En las distintas zonas productoras (Principalmente Málaga y Granada) y en menor proporción Cádiz comienzan a recolectarse las parcelas más tempranas, se recoge principalmente la variedad Bacon. El cultivo está notando mucho la falta de precipitaciones y de dotación hídrica. Se recolectan en la zona de Almuñécar (Granada) chirimoyas desde finales de agosto. Una de las variedades más empleadas es la Fino de Jete. La campaña se desarrolla en su fecha habitual debido a que la polinización se hace a la carta, la producción está controlada y es escalonada. Las que suelen tener más problemas son las más precoces. Prosigue la recolección de los mangos, los calibres del fruto que predominan son 7, 8 y 9. Se recogen las variedades Osteen y Tommy Atkins. En la zona de Granada, los rendimientos están siendo medios, y en Málaga se están dando resultados del 30% más de producción con una fruta de calidad sin plagas y con una climatología que no ha dañado el fruto.

CÍTRICOS

Almería: El en los naranjos y mandarinos, continúa el desarrollo del fruto y comienza el envero en las variedades tempranas. Hacen falta lluvias para paliar la falta de agua del periodo estival y así poder mejorar los calibres de los frutos. Se aprecia rajado de frutos en las Clemenvillas en algunas zonas. **Huelva:** La mandarina extra temprana bajo plástico, en la zona Costa está recolectándose. Se trata de las variedades Satsumas, Okitsu y Owari así como algunas Ortaniques y Oronules. **Sevilla:** Se inicia el envero en las naranjas Navelinas más tempranas de la Vega y está avanzando la recolección de las parcelas de las variedades de mandarinas extratempranas.

VIÑEDO

Cádiz: La vendimia finalizó en la comarca de la Costa Noroeste con un rendimiento un 28-30% más bajo que el año pasado, no obstante, la calidad ha sido excelente. La uva mayoritaria es Palomino Fino. **Córdoba:** El estado fenológico actual es inicio de O (Caida de hojas). La vendimia se dio por finalizada durante la primera semana de septiembre, mucho antes de lo habitual, si bien, todavía quedan puntualmente algunas parcelas pendientes de recoger. Después de la ola de calor de mediados de agosto se secó mucha vegetación, deshidratando la uva y alterando la maduración, dando como resultado una cosecha un 25% a la campaña pasada. La uva incrementó los grados de azúcar muy rápidamente, en 4-5 días, y se vendimió lo más rápido posible. **Huelva:** La vendimia comenzó en la zona de Manzanilla el 6 de septiembre y ya va casi finalizando en una campaña adelantada 15-20 días. La producción, mayor que en la campaña pasada en toda la comarca. Para las plantaciones en espaldera, se esperan unos rendimientos de 15.000-20.000 kg/ha. y sobre 10.000 Kg/ha para las producciones "de vaso". El "golpe de calor" registrado durante varios días en el verano ha hecho mucho daño a la producción final. **Málaga:** En la zona de la Axarquía se inició la vendimia el 1 de agosto en las uvas para vinificación y el 11 para la uva de pasas. La variedad Moscatel tanto para vino como para pasas finalizó el 7 de septiembre. La uva en la zona se ha destinado el 20% para vino y el 80% para pasas. **Sevilla:** Está finalizando la recolección de la uva de mesa.

OLIVAR

■ **De Mesa:** En la principal zona productora de aceituna de mesa a nivel mundial, la provincia de Sevilla, la combinación de sequía previa con lluvia y calor después acelerará la fenología del cultivo y apesura el ritmo de la campaña del verdeo en nuestra provincia. En la provincia de Córdoba, la campaña de recogida de la aceituna de mesa de la variedad hojiblanca comenzará a partir de la semana que viene, sobre todo en los regadíos, ya que en los secanos todavía es pronto para que la aceituna mejore por los efectos positivos de las precipitaciones tras un año tan seco. El verdeo de la manzanilla Aloreña malagueña sigue en la comarca del Guadalquivir. En los primeros afloros de rendimientos se obtienen datos de unos 5.000 kg/ha en comparación con los 1.500 kg/ha en muchas parcelas del año pasado. ■ **De Almazara:** A Jaén, principal provincia productora de aceite de oliva, las últimas lluvias le han venido muy bien al cultivo aunque hay zonas donde la aceituna tendrá importantes mermas de producción ya que está muy arrugada. Las altas temperaturas del verano han provocado que el fruto tenga poco aceite. En la comarca de La Campiña Norte la recolección en la mayor parte comenzará en el mes de diciembre, en su fecha habitual. El agua que ha caído en la zona era muy esperada. En la comarca de Sierra Morena los sondeos están muy apurados y el agua caída viene bien al árbol pero hacen falta más precipitaciones para paliar la importante sequía. El desvareto finalizó hace 10 días. En Córdoba, en los olivares destinados a molino continúa las labores de desvareto y de preparación de suelos para la recogida de aceituna. En Granada se observan parcelas (zona de Alhama) con mucha aceituna arrugada. Analizando el fruto tiene peso por el agua que tiene pero no está haciendo aceite y tiene 2 puntos menos de rendimientos que un año normal en la zona. En las comarcas de Valle del Lecrín y Alpujarras el cultivo está notando la falta de lluvias y habrá pérdidas en rendimientos. Se estima una merma de producción generalizada con relación a la pasada cosecha.

Guara.....	4,15
Ramillote.....	4,85
Comuna Ecológica.....	8,80

Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 20 de septiembre de 2021, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS GRANO	
Comuna Ecológica.....	8,30
Pelona.....	3,00
Común.....	3,80
Largueta.....	4,90
Mallorca.....	3,70
Marcona.....	6,60
Mollar.....	3,70
Mollar cáscara.....	0,90
Rofes cáscara.....	0,85
AVELLANAS	
San Giovanni, libra.....	1,80
Tonda, libra.....	1,85
Corriente, libra.....	1,85
Negreta, libra.....	2,00
PIÑÓN	
Andalucía.....	67,50
Castilla.....	67,50

Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 20 de septiembre de 2021, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando.....	231,00
Cebada P.E. (+64).....	219,00
Avena.....	193,00
Centeno.....	200,00
Triticale.....	222,00
Maíz (14°).....	262,00
LEGUMINOSAS	
Euros/Tm	
Garbanzo Pedrosillano.....	610,00
Lenteja Arnuña (IGP).....	S/C
FORRAJES	
Euros/Tm	
Avena Forraje.....	S/C
Paja Paquete Grande.....	26,00
Alfalfa Empacada.....	175,00
Veza.....	S/C

Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 23 de septiembre de 2021. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa Empacada.....	168,00
Avena.....	179,00
Cebada Nacional de 62 Kg/Hl.....	211,00
Centeno.....	196,00
Girasol.....	480,00
Paja Empacada.....	23,00
Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl.....	223,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 21 de septiembre de 2021. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1.....	295,00
Grupo 2.....	290,00
Grupo 3.....	265,00
Grupo 4.....	S/C
Grupo 5, Pienso.....	S/C
Pienso Importación.....	260,00
Triticale Nacional.....	S/C
Importación.....	254,00
Avena Importación.....	230,00
Importación Origen Puerto.....	248,00
Nacional.....	260,00
Habas Nacional.....	S/O
Importación.....	S/O
Guisantes Nacional.....	S/O
Importación.....	310,00
Girasol Alto oleico +80%.....	535,00
Convencional.....	530,00
Colza.....	S/O
Próxima sesión 5 de octubre de 2021.	

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 24 de septiembre de 2021. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2020-2021).

CEREALES	Euros/Tm
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	221,00
Pienso -62 kg/Hl.....	215,00

MERCADOS NACIONALES

AVENA	
Rubia	193,00
Pienso	193,00
TRIGO	
Duro Pr>12	480,00
Pienso +72 Kg/Hl	232,00
Fuerza +300w +14 pr	269,00
Fuerza -300 +12,5 pr	254,00
Panificable Pr>11, W<200	244,00
Chamorro	254,00
Triticale	223,00
Centeno	215,00
Yeros	235,00
Garbanzo sin limpiar	390,00
Veza	250,00
Guisante	250,00
NOTA: Firmeza en las cotizaciones de los cereales como consecuencia de la tendencia mostrada en los mercados internacionales. Las operaciones no obstante son muy justas entre los operadores de cereal. Subidas generalizadas en todos los productos. Próxima reunión el viernes 8 de octubre de 2021.	

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 20 de septiembre de 2021. Campaña 2021-2022.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina	0,18-0,25
Navel	Sin Operaciones
Navel Lane Late	Sin Operaciones
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett	Sin Operaciones
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	Sin Operaciones
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	0,21
Barberina y Mid-night	
Sin Operaciones	
Valencia Late	Sin Operaciones
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki	0,21-0,30
Okitsu	0,23-0,28
Owari	Sin Operaciones
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenubí, Orogrós	
y Basol	0,47-0,75
Orunules	0,51-0,65
Marisol	0,28-0,37
Miuro	0,32-0,40
Arrufatina	0,32-0,42
Clemenules y Orogrande	0,28-0,42
Hernandina	Sin Operaciones
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	0,30-0,35
Tango	Sin Operaciones
Nardocott	Sin Operaciones
Ortanique	Sin Operaciones
Orrí	Sin Operaciones

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 23 de septiembre de 2021.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva,	disponible Valencia 310,00
J. Sendra,	disp. Valencia 310,00
Monsianell,	disp. Valencia 310,00

Fonsa,	
disp. Valencia 310,00
Gladío y Tahibonnet,	
disp. Valencia S/C
Bomba,	
disp. Valencia 744,00
<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
Guadamar Extra,	
disponible Valencia 690,00-710,00
Largo Índica,	
disponible Valencia 630,00-630,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro, disponible Valencia	195,00-200,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia 360,00-370,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia 390,00-400,00
CEREALES-LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Maíz Importación,	
disponible Puerto Valencia S/C
disponible Puerto Castellón 270,00
Cebada Nacional, dest. Val. 235,00
Avena Rubia,	
dest. Valencia 234,00
Blanca, destino Valencia 234,00
Guisantes Nacional, dest. Valencia 310,00
Semilla Algodón,	
destino Valencia 350,00
Trigo Pienso Nacional,	
Tipo 1 280,00
Tipo 2 S/C
Tipo 3 S/C
Tipo 4 265,00
Tipo 5 256,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona 404,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona 414,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona 222,00
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia Sin operaciones
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida	183,00-186,00
14% prot., Aragón/Lérida	164,00-166,00
B. Balas s/calidad A./Lér.	180,00-206,00
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona 205,00-215,00
disponible Andalucía 216,00-217,00
Harina de Girasol	
Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona S/C
Palmiste, disp. Valencia 225,00-226,00
Gluten Feed, disp. Valencia 220,00
Bagazo de Maíz, disp. Valencia 265,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona 270,00-271,00
Import. disp. Andalucía 274,00-276,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia 212,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
GARROFAS Y DERIVADOS	Euros/Tm
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia 800,00-1.100,00
Zona Alicante 700,00-1.100,00
Zona Castellón sin operaciones

Zona Tarragona 700,00-1.000,00
Zona Murcia 600,00-1.000,00
Zona Ibiza 650,00-850,00
Zona Mallorca 1.100,00-1.500,00
<i>Precios tonelada a granel s/rendimientos</i>	
Troceada Integral, disp. orig.	130,00-140,00
Troceada sin Harina	
disponible origen 145,00-160,00
Troceado Fino, disp. origen 100,00-120,00
Garrofin,	
disponible origen 13.000,00-14.000,00
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 1.650,00
Negras 1.500,00
Garrofin 2.050,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46 1.500,00
Nuevos 34/36 1.950,00
Nuevos 50/52	
(tipo café americano) 1.500,00
LENTEJAS	
USA Regulars 1.150,00
Laird Canadá 1.250,00
Stone 1.050,00
Pardina Americana 1.250,00
<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 2.050,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Origen Argentina 38/42	
disponible Valencia 1.800,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia 8.900,00
Largueta 13/14 mm, Valencia 7.600,00
<i>Precios tonelada, mercancía envasada.</i>	
(Pocas operaciones)	
Marcona prop, Valencia 6.800,00
Largueta prop, Valencia 4.900,00
Comuna prop, Valencia 3.800,00
Comuna ecológica,	
Valencia 8.600,00
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm,	
disponible Valencia 7.000,00
PATATAS	Euros/Tm
Agría Nueva,	
disponible Valencia 400,00
Lavada,	
origen España, disp. Val. 320,00
Francesa Nueva de Salamanca,	
disponible Valencia 220,00
<i>Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.</i>	
CEBOLLAS	Euros/Tm
Variedad Grano, disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo 160,00

Lonja de Zamora

Información de los precios agrarios de la Mesa de Cereales del 21 de septiembre de 2021 facilitados por la Lonja de Zamora.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando 0,20
Cebada 215,00
Avena 188,00

Maíz S/C
Alfafa Empacada 140,00
Paja Empacada 21,00
Girasol 500,00
Trigo Forrajero S/C
Centeno 190,00

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 13 al 19 de septiembre de 2021, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
Trigo Media Fuerza 23,44
Pienso 22,84
Cebada Malta 21,94
Pienso 21,04
Maíz S/C
Tricale 21,94

La semana terminaba con precios firmes en los mercados europeos, y con descensos en los norteamericanos, en este caso forzados por la presión del maíz de nueva cosecha y por un dólar cada vez más caro que resta competitividad a sus exportaciones. Al igual que las europeas, las lonjas nacionales cerraban la semana con resultados alcistas. La actividad comercial es tan corta, que cualquier movimiento de la demanda por testimonial que sea, trae como resultado el avance de los precios. Ante esta situación de incertidumbre, la demanda sigue estirando sus compras de campaña, y primando la cercanía en su aprovisionamiento, en este caso debido al encarecimiento constante del transporte, y a la escasez de disponibilidad de género importado.

FORRAJERAS	Euros/100 Kg
Heno de alfalfa 12,50

PATATAS	Euros/100 Kg
Industria frito sin conservación 14,30
Industria congelado rojas 11,90
Congelado blancas 11,00

Continúa la recolección de patatas destinadas a su transformación en la industria a precios establecidos, mientras se espera el comienzo de las ventas para su consumo en fresco. Las lonjas nacionales que comercializan ya este tipo de tubérculo publican sus precios dejando en evidencia una tendencia bajista.

CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón, Granel (Pie Cortado) 2,20
Bandeja (Pie Cortado) 2,40
Seta Ostra Granel 2,10
Ostra Bandeja 2,60
Seta Shii-Take,	
Granel 4,00

Tras el descenso de la semana pasada, que afectó negativamente a las cotizaciones de las setas de ostra, el mercado recupera como suele ser habitual en esta fase de comienzo de campaña, la estabilidad en los precios de todas las categorías.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla (aire libre) 0,75
Verde (aire libre) 0,50
Borrajá con Hoja (Invernadero) 0,55
Lechuga	
Rizada (doc. aire libre) 2,56
Apio 0,30
Repollo hoja rizada 0,20
Coliflor 10,00
Brócoli 0,84

Alubia	
Verde Fesco 2,25
Alubia Pocha 3,00
Tomate 1ª 0,60
Tomate 2ª 0,30
Tomata 0,80
Tomate Pera 0,20
Pepino Corto 0,60
Pimiento	
Verde Cristal 0,80
Verde Italiano 0,75
Najerano 0,60
Industria 0,75

La recolección de las variedades tempranas de coliflor avanza y los precios, ante una demanda que sigue sin dar un apoyo decidido, descienden. Además de las brásicas las producciones típicas del otoño, como son los pimientos, van desplazando a otras más veraniegas como los tomates, que en el caso de las variedades de pera han visto finalizar de manera un tanto prematura su campaña por las lluvias.

FRUTAS	Euros/Kg
PERA	
Ercolini 50+ 0,58
Moretini 60+ 0,50
Limonera 60+ 0,53
Blanquilla DOP 0,53
Blanquilla 58+ 0,52
Conferencia DOP Palot 0,62-0,65
MANZANA	
Fuji 70+ 0,67

GRUPO MELOCOTÓN	
Rojo 70+ 0,90
Amarillo 70+ 0,70
Melocotón Industria 0,34
Nectarina Amarilla 65+ 0,98

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

La oferta de frutas de hueso va reduciéndose por motivos estacionales, y también por la incidencia de las lluvias en muchas zonas productoras, acercando un final de campaña que se puede considerar satisfactorio en cuanto a sus precios. El espacio que deja este tipo de frutas lo ocupan las de pepita, que van ganando pedidos en competencia con algunas producciones estacionales como las uvas.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS	
Común 0,71
Largueta 1,10
Marcona 1,44
Floración tardía 1,33
Ecológica 1,91

Semana de cortas variaciones en los precios de las almendras, bajo una misma coyuntura de mercado que pese a todo, sigue siendo alcista. El buen comportamiento de la demanda global durante la pasada campaña de comercialización 2020-2021, junto con un pronóstico de reducción de la oferta para la actual recién comenzada, transmite fortaleza al mercado a pesar de la constante amenaza de la COVID-19, y de las dificultades logísticas en los intercambios comerciales. Para completar estas razones alcistas, el dólar mantiene una fuerte escalada frente al euro, y las importaciones más allá de la evolución de los precios en California, deberán llegar a nuestro país a un precio más alto.

LEGISLACIÓN

El Consell y la Universitat Politècnica de València colaboran en materia de prevención de plagas agrícolas

El Pleno del Consell de la Generalitat Valenciana ha aprobado un convenio de colaboración entre la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica y la Universitat Politècnica de València (UPV) en materia de prevención de plagas agrícolas, dotado con 150.000 euros.

Con esta colaboración se busca fomentar la investigación de varios departamentos del Instituto Agroforestal del Mediterráneo (IAM) de la Universidad Politècnica de Valencia con el fin de financiar los proyectos de I+D+i que se realizan allí para resolver la problemática que afecta la situación fitosanitaria de dife-

rentes cultivos agrícolas y la prevención de plagas y enfermedades, tanto las ya conocidas como las importadas.

Como resultado de esta investigación, la Universidad Politècnica elaborará un documento, a modo de conclusión, con los resultados de su análisis y estudio de forma que se posibilite su divulgación

a través de las partes para su reutilización y transferencia del conocimiento. Además, la intención es difundir toda la información recopilada para ayudar a los agentes involucrados del sector agrario a tratar de prevenir las plagas y enfermedades que puedan afectar a sus cultivos. Varios grupos de investigación de-

sarrollarán el proyecto en atención a los siguientes planes de trabajo: por un lado, la identificación y análisis del comportamiento de los vectores de 'Xylella fastidiosa' y, en segundo lugar, el análisis del comportamiento y dispersión de 'Anagrus aberiae' en la Comunidad Valenciana. Este último, un método de lucha biológica que los servicios técnicos de la Conselleria han efectuado 255 sueltas a lo largo de 41 municipios distribuidos en 12 comarcas.

También se investigará la mejora del sistema de confusión sexual para el control de 'Chilo suppressalis' y se ensayarán métodos de control de los diferentes cotonets que afectan el caqui.



Jorge Bretó ha visto cambiar sus responsabilidades en Citrosol en los últimos meses al pasar de director de Operaciones a CEO de la firma valenciana. / FOTOGRAFÍAS: ÓSCAR ORZANCO

“En Citrosol aspiramos a ser referente mundial en tratamientos postcosecha de frutas y hortalizas”

► RAQUEL FUERTES. ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Jorge Bretó lleva al frente de Citrosol desde los inicios de 2021. Sin embargo, su experiencia en la compañía abarca prácticamente 25 años, tiempo en el que este biólogo ha pasado desde el contrato en prácticas hasta sucesivos puestos en los que se iba incrementado su responsabilidad. Hoy, al frente de la compañía española líder en tratamientos postcosecha nos pone al día de la marcha de la empresa, de los proyectos en los que están trabajando y también de un ambicioso objetivo de futuro para el que no hay fronteras.

Valencia Fruits. Aunque su nombramiento como CEO es relativamente reciente, su experiencia en la compañía empezó hace muchos años...

Jorge Bretó. En noviembre hará 25 años. Entré con 24 años, en prácticas en otra de las empresas del grupo dedicada a temas de medioambiente. Luego ya pasé departamento Técnico de Citrosol donde estuve varios años de Coordinador, hasta hace unos dos años, cuando ocupé el cargo de director de Operaciones. Y hasta este último cambio.

VF. Después de tantos años en la compañía, ¿cómo ha cambiado su visión de Citrosol tras estos meses al frente de la misma como principal responsable?

JB. Yo diría que tampoco ha cambiado demasiado. El hecho de estar en el Consejo de Administración de la compañía desde hace 20 años siempre ha provocado que me preocupase del buen funcionamiento de la empresa,

además de que habitualmente se ha contado con mi opinión en aquellos asuntos más relevantes o estratégicos, y debo decir que en la mayoría de casos no ha diferido demasiado de la visión de la anterior dirección de la empresa. La principal diferencia radica en que, en mi nuevo puesto, la responsabilidad de que las cosas salgan bien es principalmente mía y esto siempre puede producir un poquito más de vértigo. Pero afortunadamente tenemos un gran equipo y esto ayuda mucho a que las decisiones que tomo sean las más adecuadas en todo momento.

VF. ¿Han cambiado también sus rutinas a la hora de trabajar? ¿Cómo influye el tener que estar en contacto con todos los departamentos y áreas de la compañía en el día a día de trabajo?

JB. Sí, efectivamente esto sí ha cambiado bastante. En mis anteriores responsabilidades tenía una parte importante del

“Actualmente somos líderes en España y nuestra cuota en el mercado nacional está alrededor del 35% (...) Nuestro crecimiento ha sido constante”

“En mi opinión, la innovación no es el único secreto del éxito de Citrosol, pero sí el más importante. Nos ha permitido diferenciarnos en el mercado”

“Las características de nuestras innovaciones ayudan a nuestros clientes a obtener mejores resultados y a ser empresas más sostenibles”

“El componente del equipo nos diferencia: tenemos un equipo muy bueno. Gente muy preparada, muy implicada y comprometida con los objetivos de la empresa”

trabajo que realizaba directamente y ahora, como es lógico, esto se ha reducido bastante, ya que necesito dedicar mucho más tiempo a planificar y revisar el cumplimiento de objetivos de los diferentes departamentos.

Por otra parte, ahora estoy en contacto con todos los departamentos, por ejemplo, la interacción con las áreas de Servicios Corporativos, Marketing y Comunicación, Recursos Humanos o el área Legal, mientras que anteriormente mi interacción con estos departamentos de la empresa era mucho más escasa. Esto ayuda bastante a tener una visión todavía más amplia del funcionamiento de la empresa.

VF. ¿Echa de menos el laboratorio?

JB. Un poco sí, porque me gusta. Aunque sigo tratando temas técnicos en mi trabajo actual.

VF. ¿En qué posición se encuentra actualmente Citrosol entre los fabricantes de productos postcosecha en España?

JB. Actualmente somos líderes en España y nuestra cuota en el mercado nacional está alrededor del 35%. Lo importante es que durante los últimos años nuestro crecimiento ha sido constante y hemos ido incrementando año

a año nuestras ventas. Nuestro objetivo es seguir haciéndolo y en eso dedicamos gran parte de nuestros esfuerzos.

VF. Aunque los premios no son algo nuevo para Citrosol, en los últimos meses la innovación ha sido reconocida en dos ocasiones, recibiendo galardones muy prestigiosos, ¿el secreto del éxito de la compañía es, precisamente, la innovación?

JB. Efectivamente, en abril la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME) nos hizo entrega del Premio a la Innovación Tecnológica 2020, que ya nos concedió en el año 2015, y hace tan solo unos días recogimos el Premio a la Innovación en la Empresa 2020 de la Cámara de Comercio de Valencia, en un acto que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Valencia. Además de ser finalistas en la candidatura de pyme del año en el año 2018 y 2020.

En mi opinión, aunque hay más factores, no es el único secreto del éxito de Citrosol, pero sí el más importante. Nos ha permitido diferenciarnos en el mercado en momentos clave. Creo además que el hecho de que nuestras innovaciones estén enfocadas no solo a obtener los mejores resultados, sino que también buscan mejorar la sostenibilidad de los procesos postcosecha, hace que estas innovaciones sean doblemente valoradas por los clientes, ya que a ellos también les ayuda a obtener mejores resultados y a la vez ser empresas más sostenibles.

VF. Aparte de la innovación, ¿hay algo más que diferencie a Citrosol?

JB. El componente del equipo: tenemos un equipo muy bueno. Gente muy preparada, muy implicada y comprometida con los objetivos de la empresa.

VF. ¿Cuál es el camino para los productos postcosecha cuando las materias activas y los LMR están cada día más restringidos?

JB. Es cierto que existen cada vez más restricciones en la postcosecha, hay cambios normativos, de buenas prácticas agrícolas, de las auditorías de los supermercados..., que no siempre responden a criterios científicos o de protección de la salud del consumidor, y a veces parece que más bien se trate de una competición. Pero hay que decir que también hay cambios positivos que suponen una mayor profesionalización del sector. En todo caso hay que ir adaptándose a estos cambios y a los que puedan venir. Y eso es lo que vamos haciendo en Citrosol.

Nosotros llevamos muchos años trabajando con tratamientos alternativos o "sin residuos" y nos vamos adaptando a estas restricciones. La fruta más tendente a pudrir son los cítricos, sobre todo el limón y las mandarinas, y es muy difícil que la fruta no pudra sin utilizar los fungicidas convencionales. Pero dentro de un orden. Hay casos en los que sí se puede reducir las materias activas y se puede mejorar mucho disminuyendo los residuos que lleva la fruta, y esto es lo que hacemos con nuestros tratamientos alternativos.

Por otro lado, hace ya años que nosotros manejamos un término llamado "postcosecha de precisión", esto significa que tenemos en cuenta las variabilidades de tratamiento que hay



Bretó es biólogo y durante muchos años su trabajo estuvo estrechamente ligado al laboratorio de Citrosol.

en la confección en un almacén. Eso lo estudiamos de manera minuciosa e intentamos que vayan disminuyendo. Es un trabajo de gestión de calidad que realizamos con nuestros sistemas de aplicación, con sensores, para reducir al máximo la variabilidad en las aplicaciones y en las concentraciones de los productos químicos. Esto quiere decir que aplicamos con mucho criterio los fungicidas convencionales y los productos de "química verde".

VF. ¿Cómo encajan los tratamientos postcosecha con las producciones ecológicas?

JB. Nuestra gran apuesta en ecológico se llama Biocare by Citrosol, actualmente formada por media docena de productos: dos desinfectantes de uso seguro para el lavado higiénico de frutas y hortalizas; un detergente para la limpieza de cítricos; un producto para el control del podrido de los cítricos que incrementa su vida comercial y, por último, dos recubrimientos a base de cera de extractos vegetales llamados Plantseal, para reducir la pérdida de peso y el daño por frío que se produce en los frutos en los envíos a larga distancia y en las cámaras de frigoconservación.

Esta gama está certificada para uso en agricultura ecológica y hace pocos meses recibimos también la certificación de los recubrimientos Plantseal como productos aptos para consumidores veganos.

De momento, estos son los desarrollos que hemos lanzado en este ámbito, pero seguimos investigando en este campo para adelantarnos a la demanda del mercado, de nuestros clientes y del consumidor.

VF. Volviendo a su gestión, después de estos meses, ¿ha introducido cambios en la forma de dirigir la compañía? ¿En qué sentido?

JB. Después de casi nueve meses, los cambios en la forma de dirigir están sobre todo relacionados con mi personalidad y mi manera de ver y entender las cosas. También hemos introducido algunos cambios en la estructura y forma de trabajar de algún departamento en concreto, siempre con el objetivo de mejorar, pero en general, no se trata de grandes cambios.

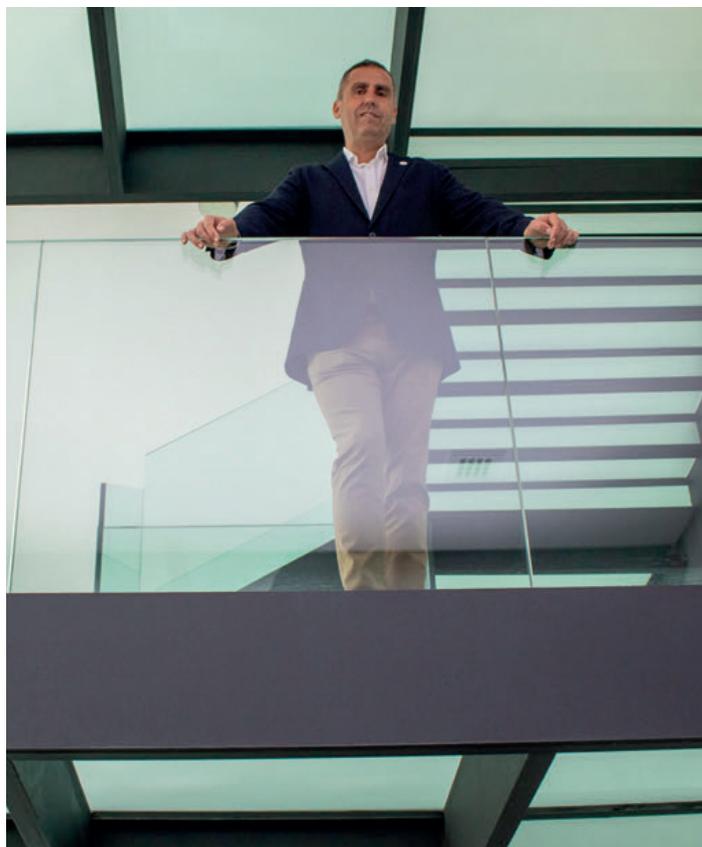
Cuando el rumbo de un barco es el adecuado, y en mi opinión este es el caso de Citrosol, es mejor no variarlo demasiado. Esto no quita que, si en el futuro tenemos que hacer cambios para aprovechar mejor nuestras oportunidades, lo haremos. Pero, por el momento, no es necesario.

VF. Sigue contando con la colaboración de Benito Orihuel,

"En Citrosol llevamos muchos años trabajando con tratamientos alternativos o 'sin residuos' y nos vamos adaptando a las nuevas restricciones"

"Hace años que manejamos el término 'postcosecha de precisión' y tenemos en cuenta las variabilidades de tratamiento que hay en la confección en un almacén"

"Benito Orihuel ahora colabora fundamentalmente en proyectos de I+D+i y en marketing y comunicación. He aprendido muchas cosas de él durante todo este tiempo"



La innovación de Citrosol ha sido reconocida por prestigiosos premios.

anterior, CEO, ¿qué es lo más importante que ha aprendido de él?

JB. Efectivamente, Benito continúa trabajando con nosotros, como Postharvest Advisor de manera parcial. Colabora fundamentalmente en proyectos de I+D+i y en marketing y comunicación.

He aprendido muchas cosas de él durante todo este tiempo, pero creo que lo más valoro ha sido su visión para distinguir dónde estaban realmente los retos y oportunidades que nos ha ido ofreciendo el sector en cada momento, impulsando proyectos para poder llevar al mercado las soluciones más adecuadas y que aportan mayor valor a nuestros

clientes. También su capacidad para formar un gran equipo de profesionales que nos ha permitido alcanzar las cotas en las que se encuentra Citrosol hoy en día. Somos más de cien personas en la actualidad.

VF. ¿En qué línea va a trabajar especialmente con respecto al catálogo de Citrosol?

JB. Tenemos varias líneas y todas las líneas son importantes. No debemos descuidar ninguna. En todo caso sí que hay algunas líneas que estamos potenciando más.

Ante la demanda de productos que no estén tratados con fungicidas de síntesis, los llamados "residuo cero", seguimos dedi-

cando especial atención a nuestros tratamientos alternativos. Actualmente no existe una legislación que los regule y es por lo que decidimos desarrollar la línea de producto certificado como insumo para agricultura ecológica, Biocare by Citrosol, que he explicado anteriormente, para dar respuesta a esta necesidad.

También continuamos trabajando en el desarrollo de nuevos recubrimientos. Esta es una línea que hemos potenciado durante los últimos años y vamos a seguir haciéndolo. Prueba de ello es que en los últimos años hemos lanzado al mercado los recubrimientos Plantseal a base de extractos vegetales; los recubrimientos CIC, que minimizan los síntomas de daños por frío, o nuestra Sunseal, cera de baja temperatura de secado, ideal para envíos a destinos lejanos.

Por último, destacar que seguimos desarrollando nuevos sistemas de aplicación e implantando mejoras en los que ya tenemos, con el objetivo de optimizar la aplicación de nuestros productos. Todos estos sistemas están enmarcados dentro del concepto "postcosecha de precisión" que antes he explicado, y que por tanto suponen una mejora en los resultados de nuestros clientes.

VF. En las últimas semanas se ha hablado mucho del cold treatment, ¿dispone Citrosol de productos para evitar los daños por frío?

JB. Realmente hemos mejorado mucho el tema de daños por frío con recubrimientos como los Plantseal y, sobre todo, con los CIC, con los que obtenemos resultados excelentes a la hora de que la fruta resista mejor las cuarentenas, que pueda enviarse a destinos lejanos... Al final, el daño por frío es un binomio tiempo/temperatura y la fruta resiste hasta un límite, límites muy variables, por otra parte, según el tipo de fruta, no tiene nada que ver un pomelo con una manzana, por ejemplo. Traspasado ese límite en cada producto, la fruta se mancha o se escalda...

VF. Aunque siempre se relaciona Citrosol y cítricos, lo cierto es que disponen de tratamientos para otras frutas. ¿Podría indicar algunos ejemplos?

JB. Por ejemplo, desarrollamos en su día una línea para hortalizas (pimiento, tomate). El sistema Citrocede se utiliza para inactivar los microorganismos patógenos de la superficie de esta hortalizas y ayuda a rebajar mucho los niveles de podrido. También hemos ido desarrollado una línea para frutas tropicales (recubrimientos, desinfección de superficies...). Y seguimos trabajando.

VF. Entonces, ¿están ensayando con algún otro cultivo?

JB. Seguimos trabajando en peras y manzanas, aunque es complicado. Y en frutas tropicales ahora estamos sobre todo con mango y aguacate, pero nos han surgido proyectos con otras frutas tropicales. Esperamos que se estabilice la situación tras la pandemia para poder continuar en esas líneas.

VF. ¿Cuánto tiempo puede llevar desarrollar un producto y obtener la pertinente autorización?

JB. Aunque depende, un producto nuevo de tratamiento pue-

(Pasa a la página siguiente)

“En Citrosol..”

(Viene de la página anterior)

de tardar entre uno y dos años en desarrollarse. Luego el registro puede tardar hasta cinco o seis años más. Al final pueden ser siete u ocho años, en el mejor de los casos, para un producto lanzado en España teniendo en cuenta que la normativa europea es la más exigente a nivel mundial.

VF. ¿Tienen alguna previsión de cuáles son las materias activas que se van a ir prohibiendo?

JB. Ahora mismo en Citrosol nos hemos quedado con un catálogo que incluye materias activas que no está previsto que dejen de estar autorizadas en el corto o medio plazo. No hay que olvidar que, más allá de las materias activas, la higiene y desinfección son fundamentales para el cuidado de la fruta. De hecho, la desinfección de las centrales contribuye a la eficacia del resto de tratamientos.

VF. Siguen investigando constantemente, hay nuevos productos cada año, su expansión internacional es imparable... ¿qué importancia se le da en Citrosol a la comunicación para que el mercado conozca las novedades y reconozca los valores de la marca más teniendo en cuenta su posición de liderazgo?

JB. Yo creo que en este ámbito hemos ido incrementando progresivamente nuestra presencia en los medios tanto nacionales como internacionales. También nos movemos muchos en redes sociales y en formatos digitales como webinars con los que hemos llegado a muchos países en los que nuestros productos tienen una gran penetración (Perú, Sudáfrica, Egipto, Argentina...). También publicamos nuestros descubrimientos en publicaciones científicas internacionales... Todo contribuye a informar y consolidar nuestro prestigio.

Para Citrosol la comunicación es fundamental.

VF. ¿Ha afectado la crisis de contenedores a la exportación de productos Citrosol?

JB. Nosotros estamos intentando programar con mucha antelación los envíos. Es una forma de evitar problemas y conseguir precios más asequibles. Estamos trabajando con previsión y anticipación y así estamos consiguiendo sortear el problema. Ya no son solo retrasos o mayores costes, también el problema con las materias primas, donde el riesgo es la posible escasez.

VF. Otro de los aspectos importantes en la gestión de una compañía de estas dimensiones son los recursos humanos, ¿cómo se vive el cambio de posición de ser compañero a director? ¿Qué es lo que valora especialmente del equipo de Citrosol?

JB. Esto es algo en lo que estoy completamente de acuerdo, los recursos humanos son clave para una empresa como la nuestra y es algo que tratamos de cuidar al máximo. Hemos pasado de ser unos 50 trabajadores a más de 100 en los últimos 12 años. Evidentemente, nuestra labor para atraer y gestionar talento es fundamental para nosotros.

El cambio de compañero a director es algo que ya he vivido en etapas anteriores conforme he ido asumiendo cargos de mayor responsabilidad en la empresa,



Según Bretó, a pesar de toda la historia y el posicionamiento de Citrosol, “todavía tenemos mucho camino por recorrer”.

aunque es evidente que no al nivel de ahora. Trato de llevarlo con la mayor naturalidad posible y es evidente que la relación cambia en el sentido profesional, pero trato de que no cambie a nivel personal.

Como he comentado antes tenemos un gran equipo, implicado y comprometido con el desarrollo de los objetivos de la empresa y con el que me siento realmente satisfecho, pero, además, debo decir que en general son personas con una gran calidad humana, lo cual considero que es muy importante para el buen funcionamiento de la empresa.

VF. ¿Qué plus aporta Citrosol a sus clientes?

JB. Somos una empresa muy orientada al cliente, damos mucho soporte técnico, instalamos nuestros propios sistemas de aplicación, desarrollados para cada tipo de producto, así conseguimos que los clientes obtengan un buen resultado. Mejoran los resultados de sus envíos, la calidad de la fruta en destino tiene menos problemas... todo eso es mucho dinero. Y siempre estamos ahí ante cualquier problema que pueda tener un cliente. Al cliente se le da una recomendación completa. Asesoramiento y acompañamiento continuos.

“Hemos ido incrementando progresivamente nuestra presencia en los medios tanto nacionales como internacionales. También nos movemos mucho en redes sociales y en formatos digitales como webinars. Para Citrosol la comunicación es fundamental”

“Los recursos humanos son clave para una empresa como la nuestra y es algo que tratamos de cuidar al máximo. Hemos pasado de ser unos 50 trabajadores a más de 100 en los últimos 12 años. Atraer y gestionar talento es fundamental para nosotros”

“Somos una empresa orientada al cliente, damos soporte técnico, instalamos nuestros sistemas de aplicación, desarrollados para cada producto, así conseguimos que los clientes obtengan un buen resultado”

“Uno de nuestros retos destacados es continuar internacionalizándonos con éxito, acoplándonos al entorno cultural de cada mercado y a los requisitos de potenciales clientes... manteniendo nuestros valores y nuestra capacidad de servicio al cliente”

VF. ¿Qué retos se marca a corto plazo?

JB. Uno de nuestros retos destacados es continuar internacionalizándonos con éxito, acoplándonos al entorno cultural de cada mercado y a los requisitos de potenciales clientes. El reto es hacerlo manteniendo nuestros valores y nuestra capacidad de servicio al cliente que, en definitiva, son los que nos hacen crecer de un modo sostenible.

También estamos desarrollando nuevos mercados para nuestros tratamientos postcosecha, mercados que consideramos “océanos azules” (nuevos mercados sin explotar, pero maduros para el crecimiento), donde resolvemos problemáticas en productos hortofrutícolas como tomates, pimientos e IV gama (procesado de hortalizas y frutas frescas limpias, troceadas y envasadas para su consumo) para los que nunca se habían desarrollado tratamientos postcosecha con éxito, y frutos tropicales, como mango y aguacate. Nuestra idea es seguir por este camino y dar nuevas soluciones a frutos objetivo que las requieran, dando siempre soporte a nuestros clientes para ayudarles a reducir las mermas en destino y en definitiva a reducir también las pérdidas y el desperdicio alimentario.

VF. ¿Y para dentro de cinco años? ¿Dónde y cómo le gustaría ver la compañía?

JB. Nosotros aspiramos a ser referente mundial en tratamientos postcosecha de frutas y hortalizas. En mi opinión, ya lo somos en el caso de los cítricos, pero también podemos serlo en otros cultivos. Sería un poco presuntuoso decir que es algo que vamos a conseguir en cinco años, pero siempre podemos seguir subiendo peldaños e incrementar el reconocimiento que tenemos actualmente. Poco a poco hemos ido incrementando nuestro catálogo en otros mercados, como es el caso de algunas hortalizas como antes comentaba, o el de frutas tropicales. Este último es un mercado en continuo crecimiento, en el que llevamos varios años aportando nuevas soluciones. Y todavía tenemos mucho camino por recorrer.



Un momento de la entrevista en las oficinas de Citrosol en Potries (Valencia).

Vicente Peris amplía su oferta de IV gama con el lanzamiento de 'Piña con Jamón Cocido'

La empresa valenciana ofrece con esta nueva combinación una propuesta saludable y nutricionalmente completa uniendo los sectores frutícola y cárnico

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La empresa agroalimentaria Vicente Peris ha lanzado al mercado una nueva combinación de fruta seleccionada y alta charcutería, se trata de su pack 'Piña con Jamón Cocido', que se comercializará bajo las marcas Peris y Frutifresh. Este producto busca aportar una ración completa y nutricionalmente equilibrada dentro de la oferta de IV gama, con la fibra y vitaminas de la fruta y las proteínas del jamón, en un mix bajo en calorías, con aproximadamente 62 kcal por 100 gramos de producto.

La calidad es la máxima premisa para Vicente Peris en el desarrollo de todos sus productos y, por ello, han contado con la selecta firma La Selva como proveedores del jamón cocido. Ambas empresas refuerzan así su colaboración, que se inició hace dos años con el lanzamiento del 'Melón con Jamón Serrano'.

Este nuevo producto incluye 270 gramos de piña de primera calidad, de origen Costa Rica, cortada en trozos para consumir de un bocado, y un rollito de jamón cocido extra de 30 gramos, sin gluten y sin lactosa. El envase, RPET 100% reciclable y reciclado, está diseñado para que ambos alimentos mantengan su frescura hasta el momento de su consumo.

El trabajo de selección, pelado y troceado de la piña se realiza en la sala blanca de última generación que Peris tiene en Albuixech (Valencia), de donde salen todos sus productos de IV y V gama. El espacio está certificado con la norma ISO 7, una de las más exigentes en seguridad alimentaria. En esta zona de trabajo se mantiene una temperatura estable que no sobrepasa los 8 grados centígrados y el aire se renueva cerca de 200 veces al día.

"Con este nuevo producto de IV gama seguimos en la línea de poner en el mercado propuestas diferentes y de calidad, para los consumidores que buscan un



La nueva combinación de fruta seleccionada y alta charcutería se comercializará bajo las marcas Peris y Frutifresh. / VP

La calidad es la máxima premisa para Vicente Peris en el desarrollo de todos sus productos

El catálogo de IV gama de Peris recoge más de 100 referencias entre frutas y verduras

tentempié saludable o, incluso, una comida ligera y a la vez completa, con todos los aportes nutricionales", comenta Alberto Montaña, director general de Vicente Peris.

■ INNOVACIÓN Y CALIDAD

Vicente Peris cuenta con 77 años de historia, en la que han estado centrados en la comercialización de frutas y verduras de I gama. Una actividad que empezó enfocada al melón y la sandía y que con el tiempo se fue ampliando a otros productos, como calabaza, de la que se han convertido en

especialistas, apio blanco, cebolla tierna y garrofón valenciano.

En 2014 decidieron apostar por una nueva línea de producción dedicada a la IV y V gama, un mercado en expansión donde aplican su filosofía de trabajo desde hace casi un siglo, basada en la máxima calidad del producto.

En la actualidad, el catálogo de IV gama de Peris recoge más de 100 referencias entre frutas y verduras, que presentan peladas y troceadas en diferentes formatos. En el ámbito de las frutas trabajan con melón, san-

día, piña, granada, mango, coco y piña, entre otras. En verduras y hortalizas, trabajan con distintas variedades y cortes de calabaza, zanahoria, cebolla tierna, apio blanco, habas y guisantes.

La IV y V gama les ha permitido innovar en distintos aspectos, desde el proceso de trabajo para optimizar mermas, pasando por el desarrollo de nuevas tipologías de troceado. Además, las propuestas de 'Piña con Jamón Cocido' y 'Melón con Jamón Serrano' suponen una gran novedad dentro del ámbito de la IV gama de frutas, ya que unen dos sectores, el frutícola y el cárnico, que hasta el momento no habían confluído.

Peris ya ha presentado con gran éxito su 'Piña con Jamón Cocido' en el 23º Congreso AE-COC de Frutas y Hortalizas, y también será uno de los productos destacados dentro de la oferta que llevará a la próxima edición de Fruit Attraction, en Madrid.

Idai Nature formará parte del proyecto CÍTRIC-SÀ contra el cotonet en cítricos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Idai Nature, compañía especializada en biocontrol, perteneciente al grupo Rovensa, ha sido seleccionada para formar parte del proyecto CÍTRIC-SÀ, aprobado por la Agencia Valenciana de la Innovación (AVI), en su reciente convocatoria para este 2021. El proyecto destacado por su gran potencial tiene como objetivo llevar a cabo la investigación y desarrollo necesarios para obtener nuevos tratamientos fitosanitarios contra varias especies de plagas de pseudococcidos, comúnmente denominados "cotonet", en los respectivos cultivos de cítricos (*Deltothrips abietis*, *Deltothrips citri*, *Deltothrips citri*, *Deltothrips citri*, *Deltothrips citri* y *Deltothrips citri*), consiguiendo su control en diferentes épocas del año, y en sus diferentes estadios de desarrollo.

La importancia del proyecto CÍTRIC-SÀ reside en la dificultad de manejo que presentan plagas como esta, y que actualmente no disponen de métodos de control que sean completamente eficaces, dando lugar a la realización de tratamientos repetitivos a lo largo de los años que producen deposiciones abundantes de residuos de fitosanitarios en el medio en el que se aplican y que desarrollan frecuentemente resistencias a los insecticidas.

Idai Nature participa en esta iniciativa junto con la Cooperativa Vinícola Lliria SCV, que ejerce como coordinador, el Instituto Tecnológico del Plástico - Aimplas y el departamento de Ecosistemas Agroforestales EAF - UPV de la Universitat Politècnica De València.

Cabe destacar, la necesidad de contar con proyectos como este, sobre todo después de que esta plaga provocará más de 100 millones de pérdidas al sector en la Comunitat Valenciana, según los datos proporcionados por AVA-Asaja.

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



GREENLINE®

Natural protection

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



Detergente:

 **GREENCLEANER**

Fungistático:

 **GREENGARD®-BN**

Recubrimientos:

 **GREENGARD®-LC**

Coadyuvantes:

 **FRUITCARE®-PH**

Desinfectante:

 **GREENCARE-PH**

 **GREENSEAL®-VG**

 **GREENAD-AP**



FOMESA FRUITECH

Your postharvest partner since 1955



Camí del Racó, 10 - Pol. Ind. Norte
46469 Beniparrell - Valencia (España)

T. +34 96 121 18 62
F. +34 96 121 41 13

info@fomesafruittech.net
www.fomesafruittech.net

KAKI

valencia
fruits
Suplementos
Septiembre 2021



Patrocinado por

DECC ®
Naturally Postharvest

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

“Se prevé un descenso de la comercialización de más del 20% por el cotonet”

La elevada incidencia del cotonet se ha convertido en un grave problema para el kaki. Aunque es difícil prever el impacto final, ya que la plaga puede ir evolucionando a lo largo de la campaña, desde la DO Kaki de la Ribera del Xúquer prevén en estos momentos mermas de cosecha superiores al 20%, sin descontar las pérdidas provocadas por los últimos episodios de pedrisco en la zona. A pesar de este complicado contexto, la Denominación sigue apostando por la promoción y para este año está prevista una inversión superior a los 2 millones de euros.



Ciriolo Arnandis analiza las perspectivas para una campaña complicada debido a la alta incidencia del cotonet y el incremento de los costes. / ARCHIVO

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Valencia Fruits. Sin duda, la gran preocupación de esta campaña de kaki son las pérdidas que está provocando el cotonet. ¿Qué grado de afectación tiene actualmente la plaga en los cultivos valencianos? ¿En cuánto estiman las mermas de cosecha? ¿Prevén que la situación puede agravarse en los próximos meses ya en plena campaña?

Ciriolo Arnandis. Efectivamente el cotonet se ha convertido en un problema para el cultivo del kaki y este año se espera que la incidencia de la plaga sea significativa, hasta el punto de que se prevé un descenso de la comercialización de más del 20% respecto al año pasado, que ya fue menor de lo esperado por diversos problemas productivos, y eso sin contar las pérdidas por los últimos episodios de pedrisco que hemos tenido en la zona. Además, el cotonet es una plaga que puede ir evolucionando a lo largo de la campaña, por lo que es difícil prever el impacto final de la misma, pero en todo caso afectará negativamente a nuestros agricultores ya que en muchos casos puede que pierdan gran parte o la totalidad de su producción.

VF. ¿Qué soluciones existen actualmente para combatir esta

plaga y qué medidas se están planteando de cara al futuro para contenerla?

CA. Se está trabajando intensamente tanto con la conselleria de Agricultura y el Servicio de Sanidad Vegetal, como con el ministerio, para acelerar al máximo posible las posibles soluciones para el control de la plaga, y le puedo asegurar que estamos haciendo todo lo posible para encontrar soluciones, si bien en agricultura no siempre podemos marcar los tiempos, ya que los trabajos de investigación y desarrollo de soluciones para este tipo de problemas no son inmediatos.

VF. Ante esta situación, ¿qué previsiones generales de cosecha manejan para el presente ejercicio? ¿Qué volumen espera certificar la Denominación de Origen durante esta temporada?

CA. Como comentaba antes se espera alrededor de un 20% menos que la pasada campaña, por lo que la certificación de producto debería ir en la misma línea.

VF. ¿Podrán atender todas las demandas de sus clientes con el volumen de cosecha previsto para esta campaña?

CA. Es cierto que se prevé una disminución respecto al año

pasado, pero estamos convencidos de que podremos afrontar una campaña comercial con buena producción y que cumpla con las previsiones de nuestros clientes, aunque es probable que en determinados momentos no podamos satisfacer toda la demanda de los mercados.

VF. ¿Puede afectar la plaga del cotonet a la calidad de la fruta que llegue a los mercados?

CA. No tiene porque afectar en cuanto a la calidad de la fruta que llega a los mercados, para eso está la tria en almacén donde se elimina todo el fruto que no es comercial, además de la fase de recolección donde los frutos que no sean aptos para su comercialización no se recolectan, por lo que la fruta que llegue a los mercados tendrá la misma calidad de todas las campañas.

VF. ¿Cómo puede afectar el incremento de costes de materias primas, transporte, electricidad y otros insumos en el desarrollo de la campaña?

CA. Indudablemente de forma negativa. Estamos asistiendo a un incremento de los costes generales, tanto para el agricultor como para los operadores. En una campaña complicada donde el cotonet afectará tanto al agricultor, que en algunos casos

perderá cosechas enteras, como a nuestras cooperativas donde se incrementan todos los costes de confección, indudablemente repercutirá de forma negativa sobre los resultados de la campaña.

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

CA. El kaki es una fruta que con el paso de los años está dejando de ser una desconocida y se puede afirmar sin duda que para toda la distribución es un producto fijo en sus programaciones a partir del mes de octubre. Aunque nos queda mucho recorrido entre los consumidores es una fruta que genera grandes expectativas todos los años en los mercados.

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

CA. Seguimos realizando un grandísimo esfuerzo promocional, llevando a cabo campañas de promoción tanto en Europa como en otros mercados. Para este año está prevista una inversión superior a los 2 millones de euros, potenciando mercados básicos para el sector como Alemania, Francia o el mercado

interior, aunque debido a las circunstancias de la temporada nos veremos obligados a tener que reducir las campañas promocionales como consecuencia de la pérdida de cosecha y por tanto de los ingresos de la Denominación de Origen.

Seguimos centrados tanto en dar a conocer por primera vez el kaki a aquellos consumidores que no lo conocen, así como en poner en valor la marca registrada Persimon® propiedad de la Denominación de Origen, que solo pueden utilizar los operadores certificados, y que cada vez está adquiriendo mayor reconocimiento y valor comercial, hasta el punto de que muchos clientes nos piden que el producto sea certificado.

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

CA. El crecimiento exponencial que ha experimentado el cultivo durante la última década ha empezado a ralentizarse como consecuencia de unos mayores costes de cultivo y por tanto de la rentabilidad de este, lo que ha supuesto que hayan disminuido las nuevas plantaciones. Esto, unido a que se han producido en algunos casos cambios de plantaciones de kaki a otros cultivos, hace que el crecimiento experimentado por el cultivo se haya ralentizado considerablemente.

VF. En el campo de la exportación, ¿se plantean explorar y dar a conocer el kaki en nuevos mercados durante esta complicada temporada?

CA. El sector del kaki ha tenido siempre una fuerte vocación exportadora, de hecho, todos los operadores presentes en la misma son productores de cítricos, frutas de hueso, y de otros productos hortícolas que siempre han tenido una fuerte presencia en mercados exteriores, hecho que se demuestra en que exportamos a más de 40 países. En este sentido no solo queremos llegar a más países, sino que tenemos que conseguir crecer en muchos de los que actualmente ya trabajamos, aunque este año va a ser difícil con las mermas de producción que esperamos.

VF. Para finalizar, como presidente de la Denominación de Origen, ¿qué espera de la campaña 2021/2022?

CA. Espero que a pesar de las dificultades y del hecho de que para muchos de nuestros agricultores van a ser especialmente grandes, seamos capaces de ir resolviendo los retos que nos plantea el cultivo del kaki. Desde que empezamos con el mismo en la zona de la “Ribera del Xúquer” no ha dejado de ser un reto gestionar un crecimiento tan grande y rápido para un cultivo prácticamente desconocido, pero todo el trabajo y esfuerzo del sector ha servido para que durante estos años el cultivo del kaki haya sido una tabla de salvación para muchos de nuestros agricultores. Ahora, en una época tan complicada para nosotros, con numerosos retos como conseguir la estabilidad en los mercados o el control del cotonet, confiamos en que todo el esfuerzo que venimos poniendo como sector nos sirva para dar otro paso adelante durante esta campaña 2021/22 y consigamos ofrecer a todos nuestros agricultores las soluciones que necesitan para poder ejercer su actividad.



Deliciosamente frescos, sanos y sabrosos

Control-Tec™ PERSIMMON

Mantener la firmeza de la fruta durante más tiempo, así como protegerla contra el pardeamiento interno debido a daños por frío en conservación, reduciendo las mermas.

SmartFresh™ Quality System

Una excelente opción para eliminar la astringencia del caqui, alcanzándose las características organolépticas óptimas que desean los consumidores.

Con ambas tecnologías, te ayudamos a llegar con éxito a tus mercados tus mercados de interés.

AgroFresh

We Grow Confidence™

AgroFresh.com

RESPONSABLE COMERCIAL

Sergio Aparicio
Tel: 696 447 131
saparicio@agrofresh.com

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

Daniel Fernández
Tel: 696 447 132
dfernandez@agrofresh.com

Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo.

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

©2021 AgroFresh. Reservados todos los derechos. ™Marca registrada de AgroFresh Inc.

El sector del kaki afronta la campaña más complicada

La Asociación Española del Kaki inicia una temporada marcada por el cotonet y el aumento de costes

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

El sector del kaki se enfrenta a un ejercicio complicado debido a los graves problemas que está generando la plaga del cotonet y a un importante incremento de costes que, si no se aplican al precio de venta de la fruta, se traducirá en importantes pérdidas para los productores y comercializadores. Por ello, el presidente de la Asociación Española del Kaki (AEKAKI), Pascual Prats, asegura que se enfrentan a una campaña delicada con la plaga como factor determinante, “posiblemente la más complicada que se ha vivido hasta el momento. El problema del cotonet no tiene nada que ver con lo que ocurrió la temporada 2009 con la *Mycosphaerella nawae*, que se encontraba localizada en una zona y el problema se solucionó en un tiempo corto. Acotar los efectos de esta plaga va a resultar más complicado. Ahora mismo no disponemos de productos químicos eficientes para hacerle frente y se están estudiando métodos de lucha biológica. Y este año en muchos campos se está perdiendo la totalidad de la cosecha y la temporada se presenta con gran incertidumbre”.

Desde AEKAKI estiman que las pérdidas derivadas del cotonet en el sector del kaki de la Comunitat Valenciana ya ascienden a 40 millones de euros, 25 de ellos por causa directa de la producción perdida y 15 millones por los sobrecostes económicos entre campo y almacén.

Los miembros de la Asociación ya da por perdidas en estos momentos entre 70.000 y 80.000 toneladas de kakis en la Comunitat Valenciana a causa de los ataques récord del cotonet, lo que representa una disminución del 20-25% de la producción inicialmente prevista, que se situaba en torno a las 360.000 toneladas. Y esta cantidad podría elevarse a medida que avance la temporada, ya que no existen soluciones inmediatas para solucionar este grave problema. “Me temo, y ojalá me equivoque, que la afectación por cotonet puede incrementarse en los meses de octubre y noviembre”, señala Pascual Prats.

Además, cuantifican en un 30% el incremento medio de los costes entre campo y almacén a causa de la plaga: los gastos en campo aumentan en unos cinco céntimos por kilo en concepto de nuevos tratamientos (hay agricultores que han triplicado el número de aplicaciones) y en 14 céntimos por kilo desde el campo hasta la salida del almacén. Pero también se han incrementado los costes de electricidad, materias primas, combustible, envases, y el transporte marítimo para exportar a destinos de ultramar se encuentra por las nubes. Esta situación insostenible en términos de viabilidad y afectación de la plaga ya ha provocado casos de agricultores que no recolectarán su cosecha esta temporada. “Y to-



Pascual Prats, presidente de la Asociación Española del Kaki. / ÓSCAR ORZANCO

dos los kilos que se quedan en el campo, además de las pérdidas para el productor, se traducen en muchos menos puestos de trabajo”, apunta el presidente de AEKAKI.

En sentido, Pascual Prats señala que habrá que ver si este año, con una merma de producción, “ese incremento de

costes se puede aplicar al precio de la fruta. Si no se repercuten la campaña se saldrá con grandes pérdidas”.

“La mayoría de los supermercados europeos —continúa Prats— ya llevan dos semanas marcándonos los precios y realmente, ahora mismo, no sabemos que cantidad de fruta vamos a

tener disponible y en qué condiciones va a estar. Lo que se si sabemos es que se va a producir una importante merma de producción, y que los costes van a incrementarse. Muchos campos que presentan una afectación del 60 y el 70% no se van a recolectar porque hay que cuidar la calidad de la fruta. En este contexto, fijar precios en valores similares a los del año pasado es la ruina para este sector. Habrá que pelear un precio que nos permita continuar con nuestra actividad. Si la fruta vale en el campo 10 céntimos, es cuestión de poco tiempo para que este negocio se cierre”.

Desde AEKAKI defienden que el producto pueda venderse a un precio digno que deje márgenes para todos los eslabones de la cadena. “Hay agricultores que llevan encadenando tres campañas malas y esta temporada, si no obtienen rentabilidad, se arrancarán plantaciones de kaki porque muchos productores no van a poder continuar con la actividad”, afirma el presidente de la entidad.

Ante los problemas que está generando la plaga, la Asociación Española del Kaki propugnan la creación de una mesa de

trabajo conjunta de todo el sector (comercio privado, cooperativas, organizaciones agrarias y la conselleria de Agricultura) para buscar soluciones al problema de cotonet que está provocando una merma muy importante de la producción.

“En los momentos complicados es cuando más unión debe existir porque todos tenemos los mismos problemas y se deben buscar soluciones conjuntas. Si por ejemplo hay que pedir una autorización excepcio-

nal de alguna materia activa es bueno que haya unión”, afirma Pascual Prats.

■ NUEVOS PROYECTOS

Entre las novedades para este año, AEKAKI está desarrollando con la firma Hispatec un programa para los miembros de la Asociación, una iniciativa que ya cuenta con el apoyo de un 70% de las empresas de la entidad, para informar de los volúmenes que se comercializan semanalmente, previsiones, y precios en los diferentes mercados. Se trata de datos que las empresas aportarán de forma anónima pero que permitirá tener información real para poder tomar decisiones.

Además, la Asociación Española del Kaki ha manifestado reiteradamente que es necesario abrir nuevos mercados y traspasar las fronteras de la Unión Europea para descongestionar los mercados. Por este motivo, en este ejercicio van a enviar unos contenedores de prueba a la India, para que los inspectores comprueben sobre todo la ausencia de plagas y la calidad del producto, y poder realizar envíos de cara al futuro a este mercado y abrir nuevas posibilidades de exportación.

Además, AEKAKI acude a Fruit Attraction integrado en el marco del proyecto europeo Mediterranean Combo, una iniciativa multiproducto y en el que participan entidades de España, Grecia, Alemania y Hungría, financiado en un 80% por fondos de la Unión Europea. El stand está organizado en la feria de Madrid por la Asociación y se compartirá con siete empresas griegas que producen hortalizas. Con esta iniciativa también participarán conjuntamente en Fruit Logística y en diferentes eventos feriales de Grecia y Hungría.

Como objetivo para la feria, la Asociación se plantea difundir la calidad, promover el consumo de esta fruta para abrir mercados y llegar a nuevos clientes. Pascual Prats señala que “esta campaña, independientemente de todas las dificultades derivadas del problema de las plagas, hay que seguir incidiendo en la promoción”.

AEKAKI estima que, hasta ahora, las pérdidas derivadas del cotonet en el sector del kaki ya ascienden a 40 millones de euros, 25 por la pérdida de producción y 15 debido a los sobrecostes

Jornadas informativas



En la imagen varios de los participantes en la jornada celebrada el pasado 16 de septiembre. / ÓSCAR ORZANCO

El pasado 16 de septiembre la Asociación Española del Kaki organizó unas jornadas informativas en las que se analizó la actualidad del cultivo en una mesa redonda en la que intervinieron José Vicente Bolinches (Técnico del Servicio de Sanidad Vegetal de la Conselleria de Agricultura); Javier Collado (Inspección de Sanidad Vegetal); Alberto San Bautista (director de la Escuela de Agrónomos - UPV); Bernardo Ferrer (vicepresidente segundo de AVA-Asaja) y Pascual Prats (presidente de AEKAKI). Además, durante la jornada representantes de cua-

tro empresas abordaron diversos aspectos que afectan al sector del kaki y a la agricultura en general. Sergio Aparicio (Agrofresh) desglosó las soluciones postcosecha que ofrece la firma para esta fruta. Desde Hispatec, Pascual Romera abordó la transformación digital en la empresa agroalimentaria y Julio López la digitalización de los envíos. Rubén Cervera (Fruit Audit) explicó la gestión de reclamaciones de calidad en destino, y José Manuel Manzanet (Agrocolor) incidió sobre las certificaciones como ventaja competitiva. ■

La **unión**
hace la

fruta

Together is better



LISTADO DE ASOCIADOS

AGRONATURA FRUITS, S.L.

46230 · ALGINET
Tlf. 615.12.07.80
e-mail: agronaturafruits@gmail.com

AGRUFROT, S.L.

46816 · ROTGLÀ i CORBERÀ
Tlf. 96.225.40.36
e-mail: administracion@agrufrut.es

FRUTAS ÀNGELA

46240 · CARLET
Tlf. 669.19.39.07
e-mail: salvador@frutasangela.es

ARANTRADE, S.L.

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

BLASCO FRUIT, S.L.

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

BOSKAKI, S.L.

46840 · LA POBLA DEL DUC
Tlf. 96.225.00.88
e-mail: info@boskakisl.com

DISPLAFRUIT, S.A.

46230 · ALGINET
Tlf. 96.367.36.02
e-mail: info@displafruit.com

E. PONS GASCON, S.L.

46760 · TAVERNES DE LA VALLDIGNA
Tlf. 648.63.44.53
e-mail: e.pons_gascon@yahoo.es

FERMONDUC, S.A.

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

FRANCISCO MAGRANER AÑO, S.L.

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

FRUITES TOT L'ANY, S.L.

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

FRUTA DE AUTOR, S.L.

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

FRUTAS ALEJANDRO, S.L.

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

FRUTAS CHESCO MARTÍNEZ, S.L.U.

12489 · SOT DE FERRER
Tlf. 646.43.05.75
e-mail: chescomartinez@hotmail.com

FRUTAS DALMAU SAT 474 CV

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

FRUTAS ESTHER, S.A.

30550 · ABARAN
Tlf. 96.877.00.00
e-mail: com@frutasesther.es

FRUTAS HERNARA, S.L.

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

FRUTAS INMA, S.L.

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

FRUTAS MONTIFRUT, S.L.

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

FRUTAS PASCUAL, S.L.

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

FRUTAS RANA, S.L.

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

FRUTAS ROSMI, S.L.

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

FRUTAS SAMBA, S.L.

46812 · AIELO DE MALFERIT
Tlf. 96.236.01.34
e-mail: frutasamba@gmail.com

FRUTAS VITORE, S.L.

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

FRUXERESA, S.L.

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

GREEN FRUIT, S.L.

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

HATO VERDE SAT 9972

46230 · ALGINET
Tlf. 96.175.42.72
e-mail: vicent@sathatoverde.com

HNOS. LLOPIS SAT 15 CV

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

HNOS. TORMO E HIJOS, S.L.

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

HUERTO LAS PARRAS SAT 47 CV

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

LA ESPESA SAT 189 ARA

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

LUSIA FRUIT, S.L.

46200 · PAIPORTA
Tlf. 96.224.62.50
e-mail: lusiafruit@lusiafruit.com

MADREMIA, S.L.

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

MARCOS MARCO SILVESTRE

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

MARTÍ FRUIT, S.L.

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

MICOFRUIT IS LIFE, S.L.

46891 · EL PALOMAR
Tlf. 650.84.77.45
e-mail: ernesto.micofruit@gmail.com

MONTESA INTEGRAL AGRÍCOLA SAT 1001

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

ONUBAFRUIT S. COOP. AND

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

PIPA'S FRUIT ALGINET, S.L.

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

RIBER MAGFRUITS, S.L.

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

RICAFRUT LLUTXENT, S.L.

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

THE NATURAL HAND, S.L.

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

VERCOM SAT 7075

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

VERFRUT, S.L.

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

YACUFRUT, S.L.

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



V2021.09.06

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Comienza la estación otoñal y eso es señal de temporada de kaki. Sin embargo, esta campaña 2021-2022 se presenta complicada y llena de incertidumbres a nivel productivo debido al ataque masivo de la plaga del cotonet que se ha registrado en toda la zona productora en la Comunitat Valenciana y por los daños que han ocasionado también las lluvias o los episodios de granizo.

La zona 'cero' del cotonet es la Ribera: desde Guadassuar, Alzira, L'Alcúdia y Carlet hasta Alginet es donde se concentra la mayor incidencia. Otra zona afectada, aunque en menor medida, es Villanueva de Castellón y Algemesí, Almussafes y Benifayó, y una tercera zona, con presencia, pero menor afectación, es El Marquesat y la Vall d'Albaida.

Según las estimaciones de AVA Asaja hasta el momento, se ha perdido en torno al 20-25% de la cosecha valenciana. Unas mermas que pueden incrementarse a medida que vaya avanzando la temporada ya que, tal como recuerda Carlos Nemesio desde Anecoop, "la plaga del cotonet avanza según lo hace la producción de kaki, por lo que la merma fuerte llegará a final de noviembre".

Los productores valencianos están muy preocupados porque no cuentan con herramientas de control eficaces contra las plagas y enfermedades del cultivo. La legislación fitosanitaria europea ha ido suprimiendo materias activas y durante ese tiempo las mismas administraciones no han dotado al sector de alternativas viables. El impacto de los



Claves de la campaña de kaki 2021-2022

cotonets, las moscas blancas y la mancha foliar del kaki alcanzan niveles insostenibles desde el punto de vista de la rentabilidad. Una rentabilidad que se verá seriamente comprometida si tenemos en cuenta que esta plaga ha supuesto un incremento del 30% —según cálculos de AVA— de los costes de producción, solo a pie de campo, al aumentar el número de tratamientos realizados para frenar el avance del cotonet. Pero este coste aún es mayor si contamos el incremento de precios de las materias primas, de la electricidad, el transporte, los costes de producción propios del kaki y la confección.

Además, los productores han tenido que sufrir adversidades climáticas con la acumulación de numerosos episodios de tormentas con lluvias torrenciales y granizo en varias zonas pro-

ductoras de kaki. Desde La Unió comentan que el último episodio de granizo —registrado el 20 de septiembre— podría haber echado a perder hasta 30 millones de kilos en localidades como Catabau, Carlet, Algemesí y, en menor medida, en Albalat, l'Alcúdia y Guadassuar.

■ CONTROLAR LAS PLAGAS

En esta crisis productiva, todas las voces del sector señalan la necesidad de trabajar codo con codo con las administraciones en la búsqueda de soluciones a las plagas y enfermedades. Ahora mismo, se están buscando soluciones alternativas desde todos los organismos públicos y privados, pero es un proceso que necesita tiempo. Y estas demoras van a repercutir en los productores. Mientras se esperan las posibles soluciones fruto de la investiga-

ción, desde La Unió, por ejemplo, se ha pedido a las administraciones la autorización de nuevas materias activas, ya permitidas para cítricos y hortalizas, y que darían más posibilidades para no crear resistencias en las pocas que se disponen de momento.

La lucha biológica, mediante el uso de feromonas, depredadores y parasitoides, es otra de las alternativas que apuntan numerosas voces del sector, para lo cual es necesaria una potente inversión.

■ PERSPECTIVAS COMERCIALES

Con una importante reducción de cosecha, la campaña comercial, en principio, no tiene malas perspectivas, si tenemos en cuenta que el mercado europeo tiene ganas de fruta nueva.

Canso y Anecoop, coinciden al señalar que las perspectivas

comerciales al inicio serán buenas. Empezará con mucha demanda, aunque habrá posiblemente un exceso de oferta en octubre, porque se va a intentar adelantar al máximo la recolección para evitar los problemas de plagas en noviembre. Luego habrá un periodo invernal más corto de lo habitual en los meses en los que tradicionalmente ha habido un exceso de oferta.

La premisa desde el sector comercializador es alargar todo lo posible la temporada y llegar con volúmenes comerciales hasta principios de enero.

Es previsible que los índices de precios de venta a final de campaña sean superiores respecto al año pasado debido a la reducción de oferta. No obstante, esto no será suficiente para compensar las pérdidas que hay ahora mismo en campo y que además irán a más a medida que avance la temporada en los meses de otoño-invierno.

La gran competencia entre los diversos supermercados por lograr el menor precio, y que cada vez los compradores cogen mayor dimensión y demandan un producto en el lineal con mayores garantías de calidad, también serán elementos de presión.

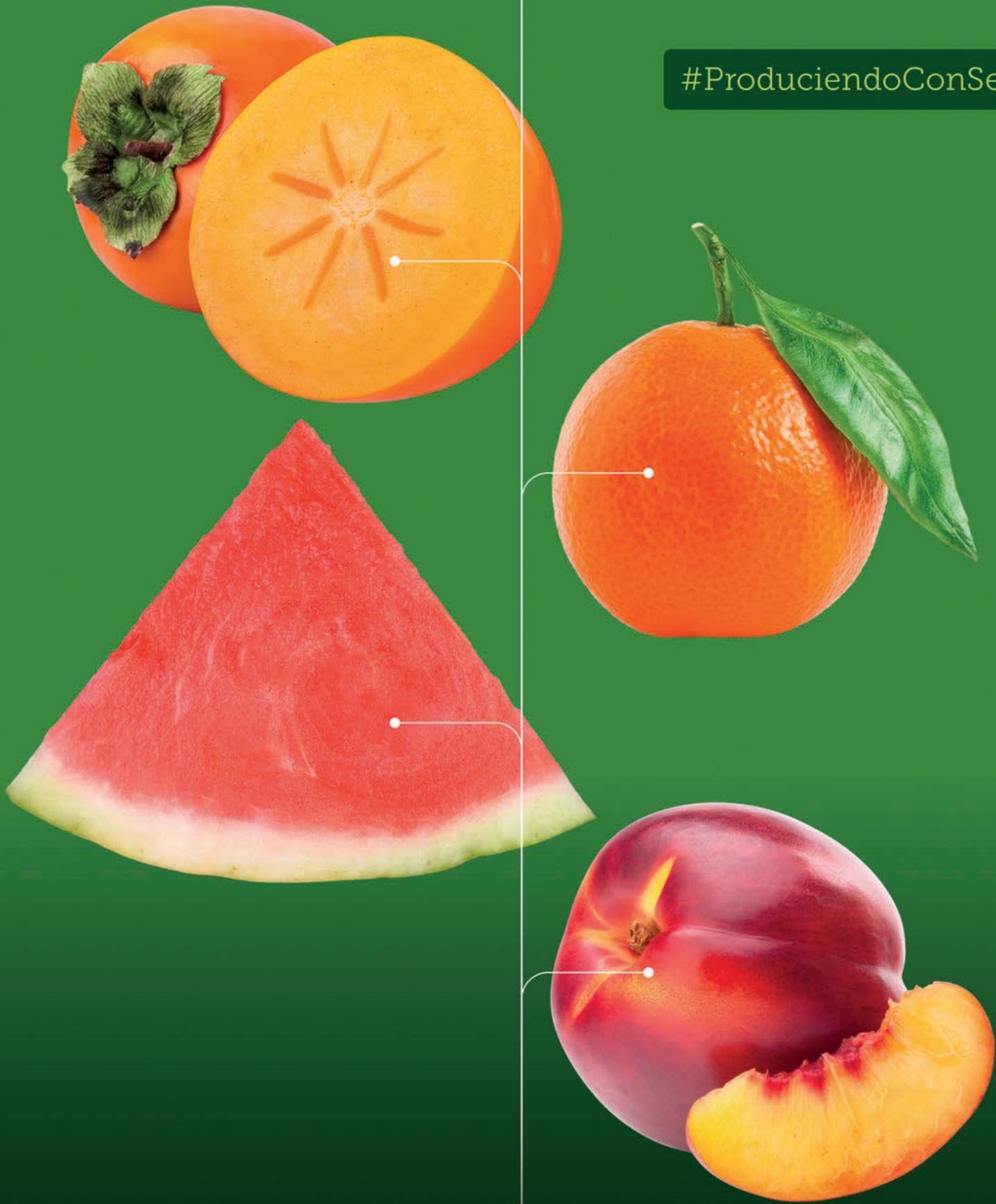
■ TENDENCIA DE FUTURO

Todas las voces consultadas confirman que la tendencia general para los próximos años en la Comunitat Valenciana será de una reducción de la oferta de kaki, bien por la sustitución hacia cultivos alternativos o bien por el abandono de cultivo ante el aumento de costes de producción y pérdida de rentabilidad.

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



#ProduciendoConSeguridad



producción propia, sostenible, responsable, innovadora



canso

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

Avda. Coop. Verge del Oreto, 1

46250 L'ALCÚDIA (Valencia) Spain

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

www.cansocoopv.es

CARLOS NEMESIO / Responsable de Kaki del Grupo Anecoop

“Esta campaña requerirá de paciencia, respeto máximo, mucha comunicación y transparencia”

Desde Anecoop, Carlos Nemesio confirma que esta campaña de kaki va a ser dura y complicada. El cotonet, por segundo año, es el gran protagonista, al que se ha unido el granizo de septiembre. Ahora mismo reina una gran incertidumbre y nadie se atreve a ofrecer cifras totales de cosecha ya que las mermas no dejan de aumentar. A pesar de este panorama tan poco alentador, desde Anecoop tienen claro que ellos van a seguir operando como siempre porque “nos gusta hacer las cosas bien”.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Aunque sea una campaña más corta en cuanto a volúmenes, su objetivo es fidelizar al consumidor y aficionarlo al producto. Para ello, la fruta tiene que estar en su punto óptimo de madurez y no defraudar al consumidor por falta de sabor en la fruta que ha comprado. “En Anecoop nunca bajamos la guardia en este aspecto tan fundamental”

Valencia Fruits. ¿Cuáles son las cifras de producción de la campaña 2021 de kaki que maneja Anecoop? ¿Cuál es la comparativa con la temporada 2020?

Carlos Nemesio. La situación es muy cambiante e incierta, por lo que todavía no nos atrevemos a hablar de volúmenes concretos. En cifras porcentuales, y haciendo una comparativa de aforo respecto a 2020, podemos avanzar que la merma de cosecha alcanzará los dos dígitos. La merma contabilizada desde junio 2021 —cuando Anecoop realiza su aforo de la temporada— a septiembre 2021, es de un 25%; y si comparamos las cifras de diciembre 2020 —fin de la campaña pasada— respecto al aforo que había en junio de 2020, la merma total fue del 20% menos. Es decir que en la presente campaña, en 4 meses —de junio a septiembre— ya se ha superado el porcentaje de merma total de la campaña pasada, a lo hay que añadir además los daños ocasionados por la granizada del 20 de septiembre. Por lo tanto, se prevé que el porcentaje de mermas sea mayor.

VF. ¿Esta cifra de mermas tan cuantiosa se debe principalmente a los daños ocasionados por el cotonet?

CN. Al cotonet sobre todo, pero también hay daños por granizo. La zona ‘cero’ del cotonet es la Ribera. Desde Guadassuar, Alzira, L’Alcudia y Carlet hasta Alginet es donde se concentra la mayor incidencia. Otra zona afectada,



Carlos Nemesio, responsable de Kaki del Grupo Anecoop: “Es previsible que los índices de precios de venta a final de campaña sean superiores respecto al año pasado debido a la reducción de oferta que se prevé”. / ANECOOP

aunque no tan fuerte como la anterior, sería Villanueva de Castellón y Algemés, Almussafes y Benifayó. Una tercera zona, en la que la afectación es ya menor, sería El Marquesat y la Vall d’Albaida. En Turís, Cheste y Liria, ahora mismo no hay incidencias por cotonet, pero ha habido daños por granizo, que se han extendido a más poblaciones de la Ribera tras el episodio de piedra del pasado 20 de septiembre.

VF. ¿Existen líneas de investigación en el control del cotonet en el departamento de I+D de Anecoop?

CN. Ahora mismo no hay líneas de investigación en ese aspecto. Tampoco me consta que desde las organizaciones pú-

blico-privadas de la Comunitat Valenciana se esté trabajando en ello de forma conjunta. Cada uno está luchando contra la plaga de forma individual, aplicando diferentes técnicas como el tratamiento de hormonas, lucha integrada, materias activas alternativas...

Imagino y espero, que después de esta crisis productiva, se pondrá en marcha una iniciativa de investigación conjunta para el control del cotonet.

VF. ¿Podemos decir que esta campaña es la que presenta la mayor afectación de cotonet en la Comunitat Valenciana?

CN. Sí, totalmente. Este 2021 es ya el segundo año en el que esta plaga no tiene ningún tipo

“Este es ya el segundo año en el que esta plaga del cotonet no tiene ningún tipo de control”

“A partir de ahora, inevitablemente habrá una selección natural de productores”

“Nuestra intención es alargar todo lo posible la temporada y llegar con volúmenes comerciales hasta la semana tres”

de control. De hecho, lo que ha determinado el avance de la plaga es el ‘no control’ de la misma, tras la prohibición de la materia activa, el Metil clorpirifos, y la ausencia de una alternativa fitosanitaria efectiva.

VF. Teniendo en cuenta las cifras de estas últimas campañas, ¿cuál será la evolución del kaki en Anecoop? y ¿Cuál será la tendencia general para los próximos años?

CN. Estoy convencido de que, a partir de ahora, inevitablemente habrá una selección natural de productores. Es más, me atrevería a decir que aquellos que están en el mundo cooperativo dentro del Grupo Persimon® sufrirán la crisis, pero no tanto como los que cultivan y comercializan fuera de él.

El hecho de tener una estrategia de producción y comercialización, orquestada y coordinada con criterio y un orden, hace que

el resultado sea mejor dentro de las cooperativas que fuera de ellas. Por lo tanto, la capacidad de resistir en las crisis es mayor en cuestión de resultados.

En Anecoop somos conscientes de que tenemos por delante campañas muy duras de kaki, pero lo serán aún más para todos aquellos que no forman parte de esta estrategia común que representa el Grupo Persimon®.

Por lo tanto, la tendencia general para los próximos años en la Comunitat Valenciana será de una reducción de la oferta de kaki, bien por la sustitución hacia cultivos alternativos o bien por el abandono de cultivo ante el aumento de costes de producción y pérdida de rentabilidad.

VF. ¿Qué podemos decir de la competencia que ejercen otras zonas productoras nacionales o países, y que pueden, este año, tener el mercado más ‘despejado’?

CN. En España, Andalucía es otra zona productora de kaki. Pero al igual que en la Comunitat Valenciana, la tendencia allí también es una reducción de las plantaciones, especialmente en Huelva y Sevilla.

Fuera de España, destacaría Portugal e Italia. En el país vecino se repite la tendencia de reducción de superficie cultivada. En Italia, por el contrario, se habla de un aumento de la producción, pero no creo que tenga volumen suficiente para competir con la oferta española. En el este de Europa, hay plantaciones en Turquía o Georgia, pero también están a ‘años luz’ de poder rivalizar con España en cantidad y calidad.

VF. Con todo lo que hemos comentado hasta ahora, ¿cómo se presenta el plano comercial para el kaki?

CN. La plaga del cotonet avanza según lo hace la producción de kaki. Es decir que la merma fuerte llegará a final de noviembre. Dicho esto, ahora mismo, el mercado está ávido de fruta nueva como el kaki, por lo tanto las perspectivas comerciales son buenas.

Una vez arranque la temporada con volumen también se espera un mercado fluido y con buenos precios debido a esa merma que hay ya desde el inicio.

Es previsible que los índices de precios de venta a final de campaña sean superiores respecto al año pasado debido a la reducción de oferta que se espera. No obstante, esto no será suficiente para compensar las pérdidas en campo que ya estamos sufriendo y que irán a más a medida que avance la temporada en los meses de otoño-invierno.

En cuanto a la evolución de mercado, empezará con mucha demanda, habrá posiblemente un

50 Años Vistiendo la Fruta
GERVISAN S.A.
Artes Gráficas

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

Tel.: +34 96 155 00 21

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

TAMBIÉN CON MATERIAL BIODEGRADABLE.

CONSULTENOS



exceso de oferta en octubre, porque todo el mundo va a intentar adelantar al máximo para evitar los problemas de plagas en noviembre y luego tendremos un periodo invernal más corto de lo habitual en los meses en los que tradicionalmente ha habido un exceso de oferta.

VF. *El corte prematuro para llegar antes al mercado sin que el fruto haya alcanzado su punto óptimo de madurez, ¿no es una estrategia errónea, especialmente este año?*

CN. En el caso de Anecoop, toda fruta que sale de los almacenes de sus cooperativas, podemos garantizar que cumple con las exigencias del mercado, y así será también este año con el kaki.

Es cierto que ya se ha dado algún caso de venta de kaki 'Rojo Brillante' recolectado a mediados de septiembre totalmente verde, no perteneciente al Grupo Persimon®. Lamentablemente, no será un caso aislado, pero no es una estrategia comercial que comparta Anecoop.

“Tener una estrategia de producción y comercialización, orquestada y coordinada con criterio y un orden, hace que el resultado sea mejor dentro de las cooperativas que fuera de ellas”

Nosotros lo tenemos muy claro: nos gusta hacer las cosas bien. A pesar de que vaya a ser una campaña más corta en cuanto a volúmenes, nuestro objetivo es fidelizar al consumidor y aficionarlo al producto. Para ello, la fruta tiene que estar en su punto óptimo de madurez y no defraudar al consumidor por falta de sabor en la fruta que ha comprado. En Anecoop nunca bajamos la guardia en este aspecto tan fundamental.

VF. *Será una campaña más corta en kilos pero ¿también se prevé que concluya antes de tiempo?*

CN. Nuestra intención es alargar todo lo posible la temporada y llegar con volúmenes comerciales hasta la semana 3 (del 10 al 16 de enero 2022).

VF. *¿Esta reducción de cosecha afectará al plan de marketing diseñado para el kaki Bouquet®?*

CN. La promoción es clave para el kaki Persimon® porque, aunque parezca raro, después de 24 años que cumple esta fruta en el mercado, todavía hay muchos consumidores que la desconocen. Por ello Anecoop, junto con la Denominación de Origen Kaki Ribera del Xúquer, realizamos una importante promoción en varios países europeos y no europeos, campaña que reforzamos especialmente con nuestra marca Persimon® Bouquet en aquellos países en los que contamos con una filial en destino.

Desde Anecoop realizamos una intensa campaña en España, Francia y República Checa así como diferentes acciones en Alemania, Canadá, Polo-

nia, Bielorrusia, Serbia, Eslovaquia y Eslovenia, con una inversión de unos 800.000€.

La DO por su parte, este año estará presente en Alemania, Francia, España y Canadá, con el apoyo de la Unión Europea, el ICEX y la Generalitat Valenciana.

No obstante, ante la bajada de producción que se prevé este año, quizás algunas promociones hayan de ajustarse y experimenten algunos recortes

VF. *Como resumen de todo lo dicho anteriormente, ¿cómo afronta el responsable de Kaki*



Anecoop no ha ofrecido datos concretos de cosecha por la incertidumbre que hay. / ANECOOP

del Grupo Anecoop esta temporada 2021-2022?

CN. Con mucha paciencia, respeto máximo y mucha comunicación y transparencia. Estamos ante una campaña en la que reina la incertidumbre, por lo que estos aspectos serán clave para llevar a cabo una temporada de la mejor manera posible y poder así ayudar a todos nuestros agricultores, que van a sufrir los efectos de una de las peores plagas que se conocen hasta ahora en el cultivo del kaki, una plaga que además, recordemos, no cuenta con ningún tipo de seguro.



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



RACIONES DE VIDA PARA EL CAMPO

Y más valor a lo nuestro. A lo tuyo.



100% NACIONAL





- 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

CRISTÓBAL AGUADO / Presidente de AVA-Asaja

“AVA apuesta por la unión del sector con la creación de la Interprofesional del kaki”

Hay una enorme preocupación entre los productores valencianos de kaki. Según los cálculos de AVA y Asociación Española del Kaki, las pérdidas ocasionadas solo por el cotonet en el sector del kaki de la Comunitat Valenciana ascienden al menos a 40 millones de euros, 25 de ellos por causa directa de las frutas dañadas y 15 millones por los sobrecostes económicos entre campo y almacén. Cristóbal Aguado, presidente de AVA señala a Valencia Fruits que “de las 360.000 toneladas inicialmente previstas, damos por perdidas unas 80.000 toneladas, es decir, en torno al 20-25% de la cosecha valenciana”.

► GONZALO GAYO. VALENCIA.

Valencia Fruits. ¿Cuáles son las previsiones para la campaña del kaki? ¿Qué impacto han tenido las plagas este año?

Cristóbal Aguado. Los productores valencianos de kaki estamos tremendamente preocupados porque no tenemos herramientas de control eficaces contra las plagas y enfermedades del cultivo. La legislación fitosanitaria europea ha ido suprimiendo materias activas y durante ese tiempo las mismas Administraciones no han dotado al sector de alternativas viables. El impacto de los cotonets, las moscas blancas y la mancha foliar del kaki alcanza niveles insostenibles desde el punto de vista de la rentabilidad. Y eso cuando se pueden controlar, porque ya hay no pocos casos de agricultores que no pueden hacer nada, han cortado el grifo y han decidido abandonar el cultivo por este año al menos.

“Los agricultores no tienen herramientas de control eficaces contra las plagas y enfermedades”

VF. También las recientes lluvias torrenciales y granizo han causado importantes daños. ¿Hay estimaciones de pérdidas económicas? ¿Habrán ayudas?

CA. Prácticamente todos los años hemos de lamentar adversidades climáticas, sobre todo en una fruta que por sus características resulta especialmente sensible a los golpes de pedrisco. Sin embargo, este año se han acumulado numerosos episodios de tormentas con lluvias torrenciales y granizo en varias zonas productoras de kaki, siendo las comarcas más afectadas La Ribera, La Costera y L'Horta Sud. El seguro



Para Cristóbal Aguado el problema de la falta de demanda del kaki es el veto ruso. / G GAYO

“La DO Kaki está haciendo un gran esfuerzo, hay que incrementar y optimizar la promoción. Porque quien prueba el kaki, repite”

agrario sigue siendo una excelente herramienta al servicio de los agricultores, la única garantía de renta ante inclemencias del clima. Pero, con esta elevada siniestralidad, es evidente que las Administraciones deben echar una mano mediante medidas fiscales. El tiempo dirá si nuestros políticos dan cumplida respuesta a las justas reivindicaciones del sector.

VF. ¿Qué pérdidas está ocasionando el cotonet?

CA. Según los cálculos que hemos realizado junto a la Asociación Española del Kaki, las pérdidas ocasionadas solo por el cotonet en el sector del kaki de la Comunitat Valenciana ascienden al menos a 40 millones de euros, 25 de ellos por causa directa de las frutas dañadas y 15 millones por los sobrecostes económicos entre campo y almacén. De las 360.000 toneladas inicialmente previstas, damos por perdidas unas 80.000 toneladas, es decir, en torno al 20-25% de la cosecha valenciana. En términos de costes de producción, estimamos un incremento del 30%: los gastos a pie de campo aumentan en unos cinco céntimos por kilo en concepto de nuevos tratamientos (hay agricultores que han triplicado el número de aplicaciones) y en 14 céntimos por kilo desde el campo hasta la salida del almacén.

VF. ¿Hay apoyo de las administraciones en la lucha contra las plagas? ¿Qué piden para erradicarlas?

CA. A la Generalitat Valenciana, con la que mantenemos un diálogo constante, le hemos pedido urgentemente más recursos económicos y humanos con el objeto de investigar y agilizar la puesta a disposición del sector de un mayor número de soluciones con las que combatir las plagas y enfermedades. También le hemos reiterado la necesidad de aplicar un plan de choque paralelo contra las poblaciones de hormigas, que son el principal aliado del cotonet llegando a atacar a los insectos depredadores. El IVIA nos mantiene al día de sus actuaciones, aunque de momento no hay resultados significativos. Por un lado, el centro investigador ensaya con materias activas no autorizadas en el kaki para, en su caso, solicitar una autorización excepcional o una ampliación de uso. En los estudios contra las hormigas no se prevén grandes avances a corto plazo. Y de cara a la campaña que viene, la Conselleria se compromete a presentar un Plan de Actuación específico de las plagas y enfermedades del kaki a fin de optimizar los tratamientos. En este sentido, para favorecer la comunicación a los agricultores, pedimos una coordinación más



CO₂

el mejor tratamiento para eliminar la astringencia del caqui

Más información

T 930 009 960

oferta@carbueros.com

carbueros.com

¡Síguenos en redes sociales!



CARBUEROS METALICOS
Grupo Air Products

fluida con las Oficinas Comarcales Agrarias (OCAs).

VF. *¿Cuáles son los objetivos de la entidad que quiere crear AVA-Asaja para producir depredadores contra el cotonet?*

CA. En estos momentos tenemos la aprobación de la junta directiva y nuestros servicios jurídicos están estudiando el proceso para poner en marcha este proyecto. También estamos recabando ayudas de las Administraciones, analizando el espacio necesario para ubicar las instalaciones y sondeando al sector a fin de conocer el número de asociados que voluntariamente querrían formar parte de esta entidad. Esperamos a la mayor brevedad posible facilitar insectos depredadores, en principio *Cryptolaemus montrouzieri* pero sin descartar más opciones.

Es evidente que la lucha biológica se va a generalizar, aunque todavía no está preparada para sustituir la función que desempeñaban las sustancias fitosanitarias antes de que las prohibieran. Así las cosas, resulta imprescindible acelerar la cría y reproducción de depredadores naturales para reducir al máximo el tiempo necesario para hacer esta transición hacia un cultivo con apenas presencia de materias activas fitosanitarias. Creemos que la Comisión Europea está forzando el ritmo, más cuando no tenemos soluciones alternativas claras y cuando a nuestros competidores de países terceros no se les exige lo mismo que a nosotros.

VF. *¿Se aprecia la entrada de sustitutos en la producción del kaki como el aguacate?*



Aunque la DO Kaki está haciendo un gran esfuerzo, Aguado considera necesario incrementar y optimizar la promoción, porque “quien prueba el kaki, repite”. / ARCHIVO

“De las 360.000 toneladas inicialmente previstas, damos por perdidas unas 80.000 toneladas, del 20-25% de la cosecha valenciana”

CA. Más que la sustitución por parte de otras frutas, el problema central de la falta de demanda del kaki es el veto del mercado ruso y el hecho de que, a día de hoy, muchos ciudadanos europeos aún lo desconocen. Para la primera cuestión, hemos reiterado al Gobierno español que lidere en la Unión Europea un frente para buscar una so-

lución diplomática que permita recuperar el mercado ruso, esencial para el consumo sobre todo de segundos calibres y, por tanto, para descongestionar los mercados de Centroeuropa.

En cuanto al desconocimiento del kaki, aunque la DO Kaki está haciendo un gran esfuerzo, hay que incrementar y optimizar la promoción, porque quien prueba el kaki, repite.

VF. *¿Qué hay que hacer para salir de la actual crisis que rodea al kaki?*

CA. Ahondando en la anterior respuesta, AVA-Asaja apuesta por la unión del sector —cabe recordar que la Comunitat Valenciana aglutina más del 80% de la producción nacional— mediante la creación de una Interprofesional del Kaki.

Resulta necesario coordinar la comercialización de las campañas y trabajar codo con codo con las administraciones en la búsqueda de soluciones a las plagas y enfermedades, variedades y patrones que diversifiquen y extiendan el calendario de producción, y agilizar protocolos de exportación a mercados americanos y asiáticos que han mostrado interés en comprar nuestro kaki.

VF. *¿Están satisfechos con la nueva PAC y las actuaciones de las distintas administraciones? ¿Habrá un otoño caliente?*

CA. El ministro de Agricultura, Luis Planas, prometió una PAC con acento mediterráneo donde frutas y hortalizas como el kaki iban, por fin, a recibir ayudas directas después de haber sido sistemáticamente

discriminadas. Vamos a ver si cumple su palabra en la reforma que está ultimando, pero por la información que tenemos no confío demasiado. Además, no dejaría de ser una limosna que no da respuesta a los verdaderos desafíos del sector. Si las políticas agrarias no cambian de rumbo, si la Administración no aplica una PAC que garantice una renta digna, si no revisa la Ley de la Cadena Alimentaria que frene los abusos comerciales, si no ofrece soluciones eficaces contra las plagas y enfermedades, si no exige a las importaciones foráneas los mismos requisitos que a los productores europeos... si sigue dando la espalda al sector, que no espere ni nuestra colaboración ni nuestra complicidad.

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 EFFICIENCY**

TU SOLUCIÓN GLOBAL

Automatización | Tratamiento | Calibrado | Clasificación | Packing

www.maf-roda.com

EDUARD ESPARZA / Responsable del kaki de la Unió de Llauradors

“La Unió pide a los comercios y cooperativas mayor unidad en beneficio del sector del kaki”

Eduard Esparza, responsable del kaki de La Unió de Llaurador afirma en esta entrevista a Valencia Fruits que las mermas provocadas por el cotonet oscilan entre el 25 o 30% de la cosecha y que la producción de la Comunitat Valenciana no llegará esta campaña ni a los 300 millones de kilogramos. “Hay que tener en cuenta que nosotros producimos entre el 70 y el 80% de toda la producción estatal” señala. Esparza afirma que “me gustaría aprovechar esta entrevista para trasladar a comercios y cooperativas que trabajen conjuntamente con una mayor unión en beneficio del sector, cuanto más tardemos en ir juntos de la mano será peor”.

► GONZALO GAYO. VALENCIA.

Valencia Fruits. ¿Cuál es la previsión que maneja la Unió de producción para la campaña del kaki?

Eduard Esparza. La previsión que estimamos es baja respecto a campañas anteriores, y cada día que pasa observamos que desciende aún más porque la plaga del cotonet continuará en aumento mientras tengamos temperaturas altas. Cabe señalar que hacer predicciones con la afección de una plaga complica todavía más calcularlas respecto a episodios meteorológicos como el granizo. Si tenemos en cuenta las mermas provocadas por el cotonet en aproximadamente un 25 o 30% de la cosecha, la producción de la Comunitat Valenciana no llegará esta campaña ni a los 300 millones de kilogramos. Hay que tener en cuenta que nosotros producimos entre el 70 y el 80% de toda la producción estatal.

VF. Existe una gran preocupación por el cotonet. ¿Qué hay que hacer para erradicar esta plaga que está afectando a las plantaciones de kaki en la Comunitat Valenciana?

EE. El cotonet es, y con diferencia, la plaga más grave que nos ha afectado en las últimas décadas, nada que ver con el hongo de la *Mycosphaerella nawae* o con la mosca blanca que son las anteriores plagas que hemos tenido con una mayor afección. Desde La Unió de Llauradors hemos pedido a las Administraciones la autorización de nuevas materias activas para el kaki, que ya están permitidas para cítricos y hortalizas, y que darían más posibilidades para no crear resistencias en las pocas materias activas que disponemos de momento.

Así mismo, la gran apuesta que hay que hacer es una inversión potente en la lucha biológica mediante el uso de feromonas, depredadores y parasitoides, de manera que se pueda controlar la afección de una forma soportable económicamente para los agricultores.

VF. ¿Qué pérdidas suponen las plagas que sufre el kaki?

EE. Con las plagas el productor sufre un incremento de costos de producción que se multiplican y, por otro lado, pierde una cantidad ingente de kilos que no van a poderse comercializar, incluso parcelas completas. Además, si todo esto lo trasladamos a la economía que generamos indirectamente (recolección, almacenes, transporte, etc.) estamos hablando de pérdidas incalculables en esta campaña.



Eduard Esparza pide que todo el sector trabaje unido. / GG

“La producción de la Comunitat Valenciana no llegará esta campaña ni a los 300 millones de kilogramos debido a las mermas por el cotonet”

“El pasado 20 de septiembre sufrimos un gran pedrisco que podría haber echado a perder hasta 30 millones de kilos en algunas localidades de la Ribera”

VF. ¿Llegan las ayudas tras las cuatro grandes tormentas en un mes con lluvias torrenciales y granizo causando importantes daños?

EE. Nos habíamos librado hasta la fecha de las tormentas con lluvias torrenciales y granizo en nuestra zona de cultivo de la Ribera. Sin embargo, el pasado 20 de septiembre sufrimos un gran pedrisco que podría haber echado a perder hasta 30 millones de kilos en algunas localidades como Catadau, Carlet, Algemesí y en menor medida en Albalat, l'Alcúdia y Guadassuar. Todo ello se suma a los problemas del cotonet.

Allí donde existe afección ya hemos pedido una agilización de las peritaciones de seguros y una batería de medidas como son la concesión de ayudas directas, el reparto gratuito de producto fungicida para cicatrizar los daños,

la condonación del IBI de las parcelas cultivadas y construcciones presentes en ellas, la bonificación de las cuotas de la Seguridad Social durante un año, el establecimiento de préstamos con interés subvencionado y también una serie de actuaciones y ayudas para las cooperativas comercializadoras afectadas.

VF. ¿Sustituirá el aguacate al kaki?

EE. Las zonas de cultivo de kaki no son climatológicamente las más adecuadas para la introducción del aguacate, salvo algunos pequeños microclimas. Y eso lo digo incluso con fuertes inversiones económicas de control antiheladas.

De no cambiar la rentabilidad del cultivo del kaki para el agricultor, lo que veremos cada vez más serán parcelas en abandono. La reconversión de unos cultivos a otros alternativos requiere de

“De no cambiar la rentabilidad del cultivo del kaki para el agricultor, lo que veremos cada vez más serán parcelas en abandono”

grandes inversiones económicas, algo de lo que un productor de kaki no dispone actualmente.

VF. ¿Qué hay que hacer para salir de la actual crisis del kaki? ¿Qué nuevos mercados considera deberían ser objetivo?

EE. Hablamos de la crisis del kaki y me atrevo a decir que no deberíamos haber llegado a esta situación. Tenemos un producto con una buena aceptación por parte del consumidor y un volumen de producción asumible en los cuatro meses que se disponen para el consumo. A diferencia de los cítricos, de momento no tenemos competencia de terceros países. Sin embargo, el volumen más que incrementar, disminuye, por diversos factores como la falta de rentabilidad para el agricultor o las plagas.

Quizás deberíamos aceptar que el propio sector no ha sabido organizarse y llegar a acuerdos, excepto la mitad de la producción que sí que está asociada a la Denominación de Origen Kaki de la Ribera del Xúquer. Es hora ya de mejorar esta situación. Vivimos en la competencia entre vecinos, cuando tenemos casi la exclusividad de lo deseado, y esto es absolutamente incomprensible. Me gustaría aprovechar esta entrevista para trasladar a comercios y cooperativas que trabajen conjuntamente con una mayor unión en beneficio del sector, cuanto más tardemos en ir juntos de la mano será peor.

A la pregunta de nuevos mercados, nuestro producto está más que presente en toda Europa. También en destinos como Canadá y Estados Unidos. Se llega también a los países árabes. Y quizás en la zona del sureste asiático tendríamos que empezar a dar a conocer el producto. Sobre Rusia, seguimos sufriendo las malas políticas europeas por algo ajeno a la agricultura. El veto ruso nos impide la exportación a un mercado muy interesante y con gran potencial. No es de recibo que llevemos ya siete campañas con el mercado ruso cerrado y no haya ningún responsable de estas consecuencias ajenas al sector.

VF. ¿Sigue estando el kaki en su época dorada? ¿Cómo ve el futuro de este cultivo?

EE. El futuro depende de varios factores. En estos momentos, fundamentalmente del control y gestión de la plaga del cotonet. Pero también nombraría las decisiones y acuerdos a los que sea capaz de llegar el propio sector o la aplicación correcta y justa de la Ley de la Cadena Alimentaria. Según se aborden estos factores, el sector puede tener mucho futuro.

VF. ¿Están satisfechos con la nueva PAC y las actuaciones de las distintas Administraciones? ¿Refleja la nueva PAC los intereses de la agricultura mediterránea?

EE. La respuesta es un absoluto y rotundo no. La nueva PAC no va a recoger la especificidad de nuestra agricultura porque se dará la paradoja que, mientras los agricultores que se dedican profesionalmente al cultivo del kaki no van a percibir las ayudas del primer pilar de la PAC al ser un sector que no generó derechos de ayuda en su momento, otros agricultores de “sofá” si van a continuar percibiendo ayudas por tener derechos históricos, aunque no produzcan. El ministro Planas engañó, a nosotros no porque ya sabemos cómo actúa, al sector agrario valenciano cuando vino a Valencia el otoño pasado anunciando y repartiendo ayudas de la PAC a los sectores mediterráneos como si fuese Papá Noel.

VF. ¿Está perdiendo la agricultura valenciana la batalla de la competitividad?

EE. Con los precios que pagan los consumidores, los agricultores podríamos ser el sector más competitivo de la economía española si percibiéramos lo que nos corresponde. Nos compran el producto a precios irrisorios y en los lineales de los supermercados españoles y europeos encontramos nuestros productos a precios desorbitados y que son más del 600% de lo que se nos paga a nosotros. Por tanto, la agricultura es competitiva y rentable. Ahora bien, esta rentabilidad no llega a los productores.

Por este motivo, La Unió está exigiendo, negociando y reivindicando que la Ley de la Cadena Alimentaria que se está reformando y en trámite en el Congreso de los Diputados, de una vez por todas, logre el equilibrio y un reparto justo de la cadena de valor y esto, a pesar de lo que reivindican otras organizaciones no pasa por exigir que el precio cubra los costes efectivos de producción. Con los costes no vivimos, exigimos un precio que cubra estos costes y un margen que sea parte de nuestro beneficio empresarial.

VF. ¿Qué le pide a las distintas Administraciones para mejorar el futuro de los agricultores valencianos?

EE. Sobre todo, les pedimos más sensibilidad hacia los problemas de los agricultores y un mayor esfuerzo inversor en los presupuestos que gestionan. No hay que olvidar que el sector agrario, aparte de la importancia económica que tiene, es también relevante por su componente social y medioambiental. Cada euro invertido en el sector significa que nuestros pueblos no se mueran, que el tejido de población en las zonas rurales se mantenga, que se eviten incendios y que el paisaje y el territorio esté bien cuidado. Eso no habría que olvidarlo nunca.

JOSEP ENRIC ANDREU GONZÁLEZ / Departamento comercial de Displafruit

“Los costes para mantener la calidad serán muy elevados”

Desde Displafruit remarcan la importante merma de kilos que se va a registrar esta campaña debido a la intensidad con la que se está desarrollando el cotonet en las plantaciones de kaki. Otro aspecto importante esta temporada es el incremento de los costes. Josep Enric Andreu González señala que “esto hará que el precio final del producto se incremente”, aunque “el mercado tiene la última palabra”.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Las mermas de cosecha provocadas por el cotonet están marcando la campaña. ¿Cómo puede afectar este problema a una firma como Displafruit?

Josep Enric Andreu González. El gran problema que tenemos con esta plaga afectará a todo el sector. La intensidad con la que el cotonet se está desarrollando esta campaña no la habíamos experimentado en temporadas anteriores y este año probablemente habrá ya algún campo en el que se quede sin recolectar la fruta. Esto provocará una importante merma de kilos en general.

VF. En este contexto, ¿qué volúmenes prevéis comercializar en la campaña esta temporada?

JEAG. Hablar de volúmenes aún es prematuro. Ahora, podemos prever un volumen, pero hasta que no empecemos a recolectar, y veamos realmente la afección de la plaga del cotonet, no sabremos cuál es la situación y la gravedad real.



A la derecha de la imagen Josep Enric Andreu González, junto a Adrián García Martínez. / ÓSCAR ORZANCO

VF. Debido al incremento del ataque de las plagas en el cultivo del kaki, ¿puede haber problemas de calidad?

JEAG. En Displafruit siempre ofreceremos la máxima calidad a nuestros clientes pero sí

que es cierto que cada vez tenemos menos herramientas para combatir las plagas presentes y esto se traslada a un descenso de la calidad de la fruta, ya que es mucho más difícil eliminar la afección del cultivo.

VF. Otro problema esta temporada es el importante incremento de costes, ¿cómo afectará a la campaña de kaki?

JEAG. Los costes operativos de la empresa han subido prácticamente en su totalidad

“No sabemos hasta que punto el consumidor estará dispuesto a pagar un precio más elevado por nuestra fruta”

y como consecuencia esto hará que el precio final del producto se incremente.

VF. ¿Se podrá repercutir ese incremento de costes al precio de la fruta?

JEAG. El mercado tiene la última palabra. La idea es que sí, pero no sabemos hasta que punto el consumidor estará dispuesto a pagar un precio más elevado por nuestra fruta.

VF. ¿Cuáles son sus principales canales y mercados para la comercialización de kaki?

JEAG. En Displafruit tenemos presencia en Europa, América del Norte y Asia y los principales canales de comercialización son el tradicional y los supermercados.

VF. El kaki es uno de los productos estrella de Displafruit, ¿cómo ven el futuro del sector?

JEAG. El kaki es una fruta con muy buena aceptación en el mercado, sobre todo en el exterior, pero, cada vez más, su manejo se está volviendo más difícil por la falta de materias activas retiradas desde Europa provocando grandes mermas y siendo muy difícil poder producir una fruta de gran calidad que es lo que el mercado demanda. Esta situación provocará que tengamos unos costes muy elevados para mantener la calidad del producto.

DisplaFruit

pasión
por el
sabor

En Displafruit sabemos que solo hay una manera de conseguir el mejor sabor: la pasión. Por eso llevamos 20 años ofreciendo a nuestros clientes frutas de la mayor calidad al mejor precio.

info@displafruit.com · 96 367 36 02

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

PEDRO SÁNCHEZ DOMÉNECH / Director general de CANSO

“Hay que buscar la sostenibilidad del productor y la gran distribución debe ser consciente de la realidad que viven”

Al igual que el resto de voces del sector del kaki de la Comunitat Valenciana, desde CANSO, su director general, Pedro Sánchez Doménech también confirma un descenso en la cosecha de un 30%. Los socios agricultores de la cooperativa tienen por delante una de las campañas más complicadas al tener que hacer frente a una plaga que avanza sin control, el incremento de precios de las materias primas, de la electricidad, el transporte, los costes de producción y la confección... En definitiva, factores que van a estar muy presentes en su día a día.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. ¿Cuáles son las previsiones de cosecha en CANSO?

Pedro Sánchez Doménech. Las previsiones que ha realizado nuestra cooperativa son de una disminución de cosecha de un 30% en comparación a la campaña anterior. Una caída que se debe principalmente a la incidencia de las plagas. A pesar de este retroceso, dispondremos de un calibre comercial óptimo para los diferentes tipos de mercados y afrontaremos una campaña comercial con la producción necesaria para servir a nuestros clientes.

VF. Después de lo vivido el año pasado, ¿no hay avances en tratamientos alternativos para el control del cotonet?

PSD. La imposibilidad de controlar las plagas con las soluciones disponibles es la razón de esta mayor incidencia. Las soluciones alternativas que se disponen tienen una eficacia limitada y son soluciones a largo plazo para reequilibrar el ecosistema.

Las líneas de trabajo que se están marcando desde Europa, al limitar el uso de los fitosanitarios con los que realizábamos el control de estas plagas, han hecho que se desequilibre el sistema y hay que aprender a combatir estas plagas con el control biológico, y con los productos que disponemos con un efecto sobre la plaga insuficiente.

Se está trabajando centrados en buscar soluciones alternativas desde todos los organismos públicos y privados, pero es un proceso que necesita tiempo, y estas demoras van a repercutir en los productores fuertemente.

VF. ¿Cuál es la evolución del kaki en las cifras totales de CANSO?

PSD. La evolución de este producto en nuestra empresa, al igual que en otras empresas ha sido creciente año a año, hasta que hace 4 años la estabilizamos y limitamos las nuevas plantaciones de la variedad Rojo Brillante.

Llevamos más de 15 años con un Programa de Mejora Varietal de Kaki para el desarrollo de nuevas variedades propias para adelantar y alargar campaña, donde en el presente año hemos empezado a recolectar



El director general de CANSO destaca que tienen confianza plena en el productor y en su capacidad de sobreponerse a las adversidades. / CANSO

los primeros frutos de una nueva variedad.

Nuestra entidad cooperativa tiene en producción propia 1.400 hectáreas de kaki, pertenecientes todas a nuestros socios, que junto al resto de producción (cítricos, frutales y hortalizas) ha provocado que en la pasada campaña confeccionáramos y comercializáramos un volumen de 73.000.000 kilos de producción total.

VF. ¿Cuáles son las perspectivas comerciales?

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

La situación actual va a provocar que, sobre todo de mitad de campaña en adelante, parte de la producción se vea afectada, con la consiguiente pérdida de producción. Este factor va a ser el gran determinante para ver la disminución real de la producción al final de campaña.

VF. ¿Cómo evolucionará la oferta en el mercado europeo?

PSD. Preveo una situación de estabilización e incluso de retroceso de las plantaciones de kaki, debido a la dificultad e incremento de costes de producción, junto con un resul-

tado comercial insuficiente económicamente.

Así y todo, la comercialización del kaki ha hecho que esta fruta cada vez sea más reconocida por el consumidor, y la distribución no quiere prescindir de ella en los lineales. Consideramos que es una fruta que se ha asentado perfectamente en el mercado y tiene mucha capacidad de mejora e incremento todavía.

VF. ¿Cómo transcurrirá esta campaña de kaki?

PSD. El incremento de precios de las materias primas, de la electricidad, el transporte, los costes de producción y la confección... son factores que van a estar muy presentes.

La gran competencia entre los diversos supermercados por lograr el menor precio y que cada vez los compradores cogen mayor dimensión y demandan un producto en el lineal con mayores garantías de calidad, también otro aspecto importante con el que tendremos que lidiar.

La premisa es garantizar siempre una calidad homogénea en el producto, porque así conseguiremos que entre en consumo y que las líneas de comercialización nos lo demanden. Las dos instalaciones que disponemos para trabajar kaki van a funcionar con regularidad.

Por último, me gustaría destacar que, este año más que nunca, hay que buscar la sostenibilidad del productor y la gran distribución debe ser consciente de la realidad que viven los productores.



Deccopyr Pot es un aliado para alargar la vida comercial del persimmon. / DECCO

Claves de la conservación del persimmon

Deccopyr Pot es el primer fungicida en postcosecha para el kaki, que ofrece soluciones contra Monilia, Penicillium, Botrytis, Gloesporium y Alternaria

► DECCO IBÉRICA.

En los últimos años, la producción del kaki ha visto un impulso en España, especialmente en la Comunitat Valenciana, donde el kaki rojo brillante ha experimentado un importante incremento debido, fundamentalmente, a la mejora de tecnología postcosecha que ha permitido su expansión comercial. Más recientemente, sin embargo, la aparición de diversos problemas está poniendo en peligro la cosecha para algunos agricultores, mientras que puede suponer una oportunidad para otros. En cualquiera de los casos, la postcosecha es un punto clave para la comercialización del persimmon.

■ CAMPAÑA PERSIMMON 2021: PREVISIÓN DE COSECHA

El kaki, persimmon o Persimon (este último correspondiente a la marca comercial registrada), en su variedad rojo brillante, es una de las frutas más de moda desde hace unas décadas. La optimización en su tratamiento postcosecha ha llegado a convertir al kaki, en la Comunitat Valenciana, en una alternativa al cultivo de otros frutales. Sin embargo, la Asociación Española del Kaki, así como la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) y la La Unió de Llauradors, advertían recientemente de que la previsión de la cosecha de kaki de 2021 presentará diversas dificultades.

Las estimaciones prevén que la producción de kaki de esta “campaña de persimmon 2021” disminuirá entre un 15 y un 20% respecto de una normal debido a los graves problemas de plagas incontroladas. Los principales culpables son los cotonets o cochinillas algodonosas, en concreto, de las especies *Pseudococcus longispinus* y *Pseudococcus viburni*. Otro aspecto que afecta directamente a la producción es la falta de rentabilidad de las últimas campañas de kaki, los cua-

les llevan algunas temporadas reduciendo su rentabilidad por el envejecimiento de los cultivos y la aparición de plagas cada vez más resistentes.

Por otro lado, esta reducción prevista de la producción, junto a la fruta que se quedará sin recolectar, debería repercutir en buenos precios para los productores, según afirman desde La Unió de Llauradors. Tradicionalmente, el grueso de las exportaciones de kaki se encuentra en Europa, siendo los mayores importadores Alemania e Italia (con más de 70.000 toneladas exportadas entre ambos), seguidos de Francia, Países Bajos, Polonia y Reino Unido. No obstante, nuevas oportunidades se abren al comercio internacional del persimmon ya que se están abriendo mercados emergentes como Canadá y Arabia Saudí.

■ LA CONSERVACIÓN DEL PERSIMMON

Además de la recolección, existen una serie de aspectos importantes a tener en cuenta durante la conservación del kaki, de forma que el productor pueda asegurar la cosecha, incluso, después del tratamiento para reducir la astringencia. Históricamente, el persimmon ha sido una fruta difícil de comercializar debido a sus necesidades especiales pre y postcosecha. La mejora de las técnicas y los conocimientos han permitido el “boom” del kaki en estos pasados años. Eso implica un conocimiento profundo de las técnicas necesarias para tratar el fruto de forma adecuada.

La práctica más extendida se trata de un periodo de 20 días de almacenamiento más 5 días de comercialización a 20°C, para mantener una firmeza cercana al límite comercial. De esta forma reducimos la astringencia sin perder textura, color y otros aspectos que hacen la fruta más atractiva. Igualmente importante, además del correc-

to tratamiento postcosecha, es asegurar la inocuidad del kaki. Perder toda la cosecha por un descuido o por no usar los tratamientos adecuados puede suponer un error incalculable. Entre los principales problemas que presenta el persimmon encontramos a los hongos.

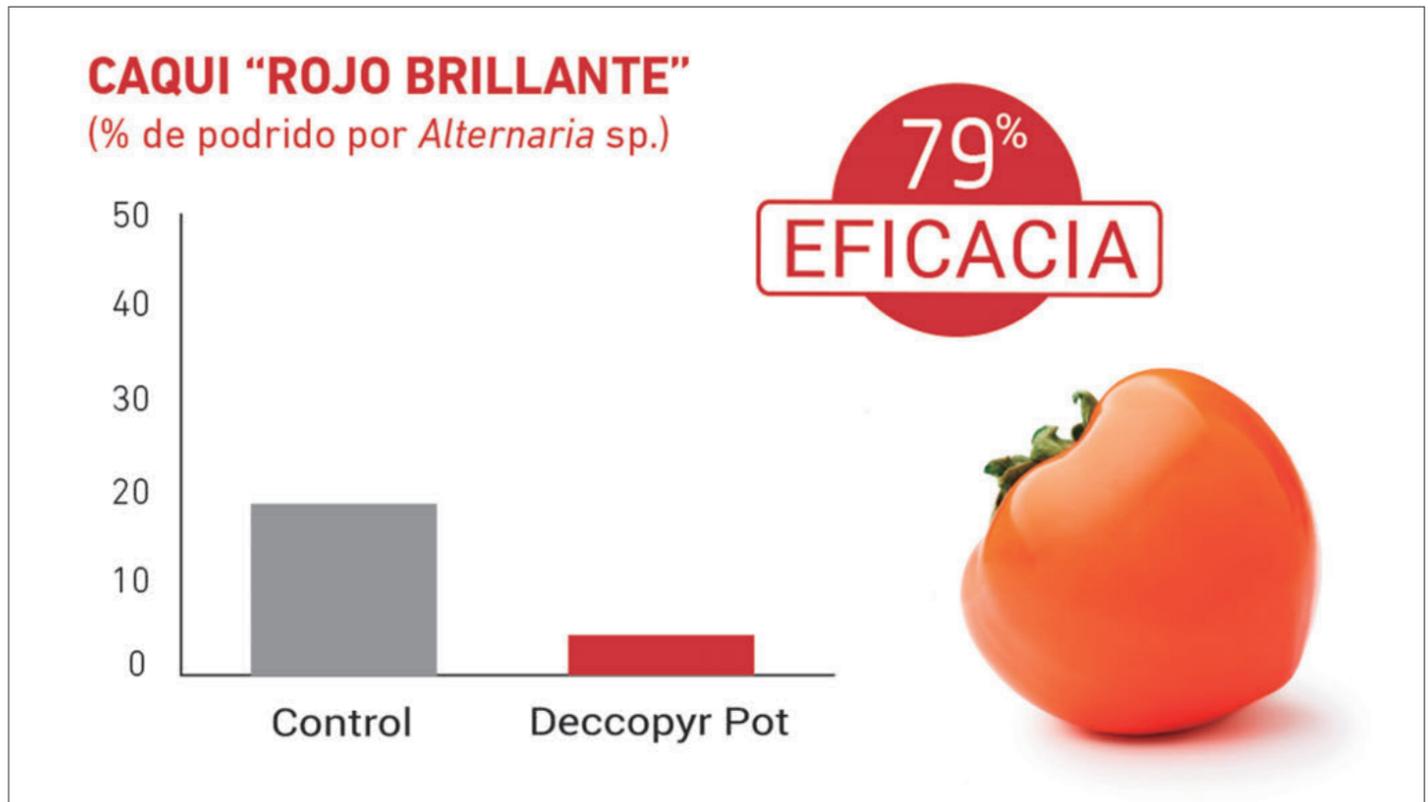
■ DECCOPYR POT, EL MEJOR ALIADO EN POSTCOSECHA DE KAKI

Existen diversas especies de hongos que tienen al kaki como principal hospedador. Más allá de los ataques al árbol, un almacenaje inadecuado puede suponer la pérdida del fruto. Para evitarlo, Deccopyr Pot, el primer fungicida en postcosecha para el kaki, ofrece soluciones efectivas contra *Monilia*, *Penicillium*, *Botrytis*, *Gloesporium* y *Alternaria*, entre otros. Deccopyr Pot es un aliado estratégico para alargar la vida comercial del persimmon.

■ ALTERNARIA ALTERNATA

Denominada de forma popular 'la mancha negra del kaki', por la aparición de manchas con esta tonalidad como síntoma más visible. Este patógeno es el principal agente causal de las enfermedades fúngicas de postcosecha durante la conservación frigorífica. Afecta tanto al kaki variedad 'Rojo Brillante' como a la variedad 'Triumph'.

Las esporas asexuales se diseminan por la acción del viento y la lluvia. Los conidios germinan e infectan los frutos a través de heridas y microheridas bajo los sépalos, o bien en el campo, atravesando la cutícula de la epider-



Deccopyr Pot es efectivo contra un amplio espectro de enfermedades y su aplicación por humo en cámara y contenedor, es sencilla y eficaz. / DECCO IBÉRICA

La *Alternaria*, conocida como 'la mancha negra del kaki', por la aparición de manchas de esta tonalidad, es la principal causante de las enfermedades fúngicas de postcosecha durante la conservación frigorífica

mis. Con lluvia o condiciones de humedad elevada se incrementa la incidencia de estas infecciones. Tanto los inductores de resistencia en campo y en postcosecha como los tratamientos antifúngicos son eficaces para el control de *Alternaria* en kaki.

Su acción fungicida se basa en el pirimetanil, un fungicida de amplio espectro que inhibe la biosíntesis de metionina. Es efectivo contra un amplio espectro de enfermedades y su aplicación por humo en cá-

Deccopyr Pot ha sido ensayado tanto en laboratorio como en condiciones comerciales de almacén en las variedades "Rojo Brillante" y "Sharon", demostrando en ambas circunstancias resultados óptimos

mara y contenedor, es sencilla y eficaz. Deccopyr Pot dispone de la autorización excepcional por parte de la Dirección General de Sanidad de la Producción Agraria (MAPAMA) para su comercialización como fungicida postcosecha para el control de *Alternaria alternata*, y ha sido ensayado tanto en laboratorio como en condiciones comerciales de almacén en las variedades "Rojo Brillante" y "Sharon", demostrando en ambas circunstancias resultados óptimos.

Fruit One

El **ERP** del sector hortofrutícola desarrollado por **artero**^c 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

postcosecha a la vanguardia
del **sector del CAQUI**

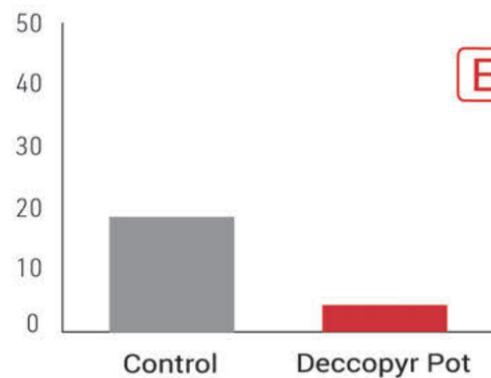
TECNOLOGÍA

**SOLUCIONES
DECCO IBÉRICA**

- ▶ Solución fumígena
- ▶ Gran efectividad contra *Alternaria sp.*



CAQUI "ROJO BRILLANTE"
(% de podrido por *Alternaria sp.*)



**79%
EFICACIA**



El único fungicida
registrado
para **Caqui**
en postcosecha

