

valencia fruits

26 de octubre de 2021 • Número 2.957 • Año LIX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La Comisión Europea confirma que la producción y la exportación de tomate español cerrará 2021 con nuevos descensos. / ARCHIVO

El cultivo del tomate sigue retrocediendo en España

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El cultivo del tomate ha ido reduciéndose en España en los últimos años y durante la campaña de verano se ha constatado un nuevo descenso de la superficie y también de la producción, en línea con lo que viene ocurriendo ejercicio tras ejercicio con este producto estratégico de la hortofruticultura española.

Fepex ha reiterado en numerosas ocasiones el retroceso que está sufriendo el cultivo del tomate en España, tanto en superficie, como producción y exportación,

debido en gran parte a la competencia de países terceros y en especial Marruecos.

La propia Comisión Europea confirma este retroceso en su informe sobre la situación de los mercados agrícolas en la UE, correspondiente al verano de 2021 y publicado en julio de este año. Bruselas reconoce también la creciente competencia de Marruecos, siendo necesario, según Fepex, no solo que se reconozca el problema, sino que se adopten las medidas necesarias que permitan atajar la grave situación y que es-

tán fuera del ámbito de actuación del sector productor y exportador.

El informe expone que en 2021 la producción de tomate en España descenderá un 10% y se prevén también caídas de la exportación. La CE apunta, además, a un retroceso de la producción comunitaria de tomate en 2021 del 5,2% respecto a la media de los últimos años y destaca tras el descenso de España, el de Francia, con un 2% menos respecto a 2020.

Según el informe, disminuye también la exportación de tomate de la UE, que está cayendo desde

2013, y se anuncia que en 2021 se producirá un descenso récord del 21% respecto a 2020, situándose en 350.000 toneladas. El retroceso de la exportación comunitaria de tomate en los últimos cinco años ha sido del 27%.

Por el contrario, la importación de tomate fresco de la UE se cifra en 664.000 toneladas, un 7% más que en 2020 y un 18% más con relación a la media de los últimos cinco años, destacando la CE el crecimiento de Marruecos, que se mantiene como primer proveedor con el 70% del total importado.



Esta semana

- 3 Ritmo lento en el arranque de la temporada de comercialización de los cítricos andaluces
- 4 Fruit Attraction supera todas las expectativas con la asistencia de 65.000 profesionales procedentes de 110 países



- 6 "Solidarios por imposición", artículo de opinión de Cirilo Arandis

- 7 Miguel Padilla, elegido nuevo secretario general de la organización COAG a nivel nacional

- 8 La investigación para prevenir el HLB en los cítricos se intensifica

Estresar al árbol para recoger granadas más saludables

- 9 El sector tropical malagueño exige una solución de emergencia para la Axarquía



Uva de mesa
DO Uva Embolsada
del Vinalopó

Manzana



dossier

Incluye páginas especiales



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	8
Agrocotizaciones:	14
Noticias de empresas:	19

LO INTELIGENTE ES TENERLO TODO

SMART CITRUS
all in one by AgroFresh

AgroFresh
We Grow Confidence™
AgroFresh.com

FOMESA FRUITECH
Your postharvest partner since 1955

Excelencia en productos postcosecha

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

Manzana

dossier

Incluye páginas especiales

poma de girona

Marruecos elaborado por Fruit 4 Days

ÍNDICE

Agrocomercio: 3

Agrocultivos: 8

Agrocotizaciones: 14

Noticias de empresas: 19

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

Incertidumbres y recuperación

Por GONZALO GAYO

El último informe del Banco de España confirma la fortaleza de la recuperación en el último trimestre y advierte de incertidumbres ocasionadas por las tensiones inflacionistas. Señala el informe que las proyecciones macroeconómicas para la economía española más recientes contemplan una prolongación de la actual fase de recuperación de la actividad. La tasa media de crecimiento del PIB se situaría en el 6,3%, 5,9% y 2% en cada uno de los tres años del periodo 2021-2023. Entre los factores sobre los que se sustentan estas perspectivas favorables destaca el continuado apoyo de las políticas económicas, de naturaleza tanto fiscal como monetaria.

Cabe esperar que la consolidación gradual de la mejora de la actividad dé paso a un tono progresivamente menos expansivo de la política fiscal nacional a lo largo del horizonte de proyección, en un contexto en el que la reversión del fuerte aumento experimentado por la deuda pública como consecuencia de la pandemia ayudaría, de forma significativa, a la reducción de las vulnerabilidades macro-financieras de nuestra economía.

Por su parte, bajo la premisa de una selección apropiada de los proyectos que se acogen a él, el programa europeo Next Generation de la UE debe realizar una aportación notable al PIB de la economía en el periodo considerado y, de modo más relevante, ha de contribuir a la transformación estructural de la economía y a la mejora de la capacidad de crecimiento de largo plazo.

La economía española alcanzaría el nivel de PIB previo a la crisis en el transcurso de 2022. El retraso con respecto al momento en que se produciría ese hito para el conjunto del área del euro, que se estima en algo menos de un año, refleja el impacto comparativamente más severo de la pandemia en nuestro país en sus estadios iniciales y, sobre todo, el mayor peso de los servicios con un elevado grado de interacción social, vinculados, en particular, a la actividad turística.

La evolución de la actividad económica en nuestro escenario de previsión está sometida a algunas incertidumbres y tensiones inflacionistas, tras la escalada de precios en la electricidad.

Si persiste, este factor podría condicionar la senda de recuperación e



La economía española alcanzará el PIB previo a la crisis durante 2022. / GG

inducir mayores tasas de inflación. El pasado 8 de julio el BCE anunció su nueva estrategia de política monetaria, con la que busca mejorar su capacidad para cumplir con el mandato de estabilidad de precios. Desde el comienzo de la pandemia, en el mercado laboral español se ha ampliado la disparidad entre hombres y mujeres en términos de la tasa de paro y de las horas trabajadas, aunque se ha reducido en términos de la tasa de actividad.

La incertidumbre se alimenta de una hipotética aparición de nuevas variantes del virus que podría requerir la reimposición de medidas de contención; por ejemplo, a causa de una pérdida de efectividad de las vacunas o de una mayor transmisión de la infección en países en los que el proceso de inmunización se encuentra menos avanzado, con el consiguiente impacto adverso sobre los intercambios comerciales y los movimientos de personas.

Por su parte, la economía mundial ha mantenido un dinamismo elevado en los meses de verano. No obstante, la fortaleza de la actividad ha sido más acentuada, en general, entre las economías avanzadas que entre las emergentes. Ello se explica, principalmente, porque los mayores progresos en el proceso de vacunación en el primer grupo de países han permitido que la evolución de la pandemia fuera comparativamente más favorable y, por tanto, que la severidad de las medidas de contención frente a ella fuera menor.

Los últimos resultados de la Encuesta del Banco de España sobre la Actividad Económica muestran que las empresas aprecian una mejora de su facturación en el tercer trimestre, de magnitud similar a la que habían percibido hace tres meses para el segundo, si bien se han comenzado a advertir algunas señales tentativas de cierta desaceleración. A partir de los elevados niveles alcanzados previamente, los últimos datos de los indicadores de sentimiento económico han mostrado algunos descensos. Posiblemente esta evolución está vinculada a la aparente intensificación de las dificultades observadas, a escala global, para que la oferta de ciertos bienes intermedios pueda satisfacer la totalidad de la demanda de ellos.

De cara al futuro, cabe esperar, a tenor de la evidencia

histórica disponible, que este fenómeno inflacionista tenga un carácter transitorio. Pero no puede descartarse una mayor persistencia en función del grado de traslación, por parte de las empresas, de los aumentos de los costes a sus precios finales, y, por parte de los trabajadores, de estos incrementos de precios a sus demandas salariales. Por lo que respecta a este último canal de transmisión, uno de los factores de los que dependerá, posiblemente, la magnitud de los efectos del repunte inflacionista sobre las retribuciones de los trabajadores del sector privado será el efecto de señalización que puedan ejercer sobre ellas los incrementos acordados para los importes de las pensiones y los salarios públicos.

Estas consideraciones hacen que la incertidumbre sobre el comportamiento de la inflación a escala global sea inusualmente elevada. En el área del euro, la expansión de la actividad ha continuado en los meses estivales. El incremento de la proporción de población vacunada ha permitido que, aunque el ritmo de aumento de los contagios haya sido relativamente alto, sus consecuencias en términos de hospitalizaciones y fallecimientos hayan sido menores que en el pasado. Las proyecciones macroeconómicas más recientes del personal del BCE prevén una continuación de la recuperación en el medio plazo. En concreto, tras crecer un 5% en 2021, el PIB avanzaría un 4,6% y un 2,1% en los dos años siguientes.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Ritmo lento al inicio de la comercialización de los cítricos andaluces

El sector cítrico resalta el importante incremento de los costes de producción

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

En los últimos días ha comenzado la recolección de las naranjas y mandarinas más tempranas en determinadas plantaciones de las provincias de Córdoba, Sevilla y Huelva. Igualmente, ha arrancado en la provincia de Málaga la campaña del limón Fino o temprano andaluz. No obstante, el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía señala que la recolección avanza a un ritmo pausado, atendiendo, por un lado, al grado de maduración, coloración y al calibre de la fruta y, por otro, al nivel de oferta y demanda de cítricos que marca el mercado, en el cual sigue existiendo mercancía de ultramar.

En general, las plantaciones de cítricos andaluces no han sufrido grandes cambios de temperatura, fuertes vientos, granizadas o periodos de inundaciones prolongados. En lo que se refiere a la calidad del fruto, y según los profesionales contactados, se presenta una campaña con buenas características organolépticas, aunque, actualmente, aún esperan una bajada de las temperaturas nocturnas que, por contraste con las temperaturas diurnas, favorezca una buena coloración de la fruta. Cabe señalar que en determinadas zonas del valle del Guadalquivir la meteorología registrada durante el periodo de floración ha propiciado un retraso en la maduración de la fruta.

En cuanto a las precipitaciones recogidas durante la campaña, su escasez no ha favorecido el engorde del fruto y los agricultores esperan las lluvias que permitan a la fruta alcanzar un tamaño óptimo para su comercialización y el aumento general del volumen de cosecha. Actualmente se recolecta aquella fruta con un calibre comprendido entre 1 y 5, ya que son los más demandados según las necesidades del mercado, donde predominan actualmente los cítricos de mediano o pequeño tamaño.

En este contexto, la comercialización de cítricos andaluces en la campaña 2021/22, tanto a nivel nacional como internacional, ha comenzado con un ritmo más pausado que en campañas anteriores. Esto es debido, en parte, a la presencia de cítricos del Hemisferio Sur en el mercado europeo, procedentes de Sudáfrica o Argentina y, en parte también, a las temperaturas cálidas de estos días, que no favorecen el consumo de cítricos, fruta asociada normalmente a las bajas tem-



La comercialización de cítricos andaluces ha comenzado con un ritmo más pausado que en campañas anteriores. / ARCHIVO

peraturas por su contenido en vitamina C y los beneficios para la salud. Como se ha indicado anteriormente, es la fruta de gran tamaño la que encuentra nicho de mercado estos días, mientras que difícilmente se encuentran operaciones de compraventa de aquellos cítricos de mediano o pequeño tamaño. No obstante, se espera que el ritmo vaya aumentando conforme vaya desapareciendo la fruta de ultramar de los establecimientos comerciales.

Las cotizaciones medias de la naranja y la mandarina de primera calidad obtenidas en campo han sido un 13% inferiores a las registradas en la temporada 2020/21 (ejercicio donde el mercado estuvo influenciado por la pandemia del COVID), mientras que el valor medio del limón ha aumentado en un 4%. Por otro lado, si se comparan las cotizaciones medias de estos cítricos en las primeras semanas de la

Los agricultores esperan las lluvias que permitan a la fruta alcanzar un tamaño óptimo para su comercialización y el aumento del volumen de cosecha

Las cotizaciones medias de la naranja y la mandarina de primera calidad obtenidas en campo han sido un 13% inferiores a las registradas en la temporada 2020/21

campaña objeto de estudio con el precio medio registrado al inicio de las ocho temporadas precedentes, se obtiene que los valores han aumentado de media un 17%, a excepción de las naranjas, que han disminuido en un 2%.

Si se analizan estos datos para los diferentes productos, se obtiene que el precio medio del limón en árbol en la semana 40 de 2021

(0,55 euros/kg) ha sido un 4% superior al registrado al comienzo de la campaña precedente (0,53 euros/kg, y un 11% superior al registrado de media al comienzo de las ocho temporadas anteriores (0,50 euros/kg). En el caso de la naranja Navelina, el valor medio registrado en árbol en la semana 41 (0,21 euros/kg) ha sido un 12,5% inferior a las primeras cotizaciones del ejercicio

2020/21 (0,24 euros/kg) y un 2% inferiores al valor medio con el que arrancaron las últimas ocho campañas (0,21 euros/kg). Las cotizaciones medias de la mandarina Clementina temprana (0,70 euros/kg) y la mandarina Satsuma (0,27 euros/kg) al inicio de la campaña han sido un 16% y un 10% inferiores a las registradas al arrancar la temporada 2020/21, cuando se obtuvieron valores de 0,83 euros/kg y 0,30 euros/kg, respectivamente. Y, con respecto al valor medio del inicio de las últimas ocho campañas, se obtiene que las mandarinas Clementinas tempranas (0,57 euros/kg) han aumentado su valor en un 22,5% en el ejercicio actual. En el caso de la mandarina Satsuma, el registro histórico de datos se remonta a las campañas 2019/20 y 2020/21, donde el precio medio fue de 0,30 euros/kg, es decir un 8,5% superior al registrado al comienzo de la campaña 2021/22.

■ AUMENTO DE COSTES

En relación al desarrollo de la campaña, el sector de los cítricos ha puesto de manifiesto el aumento de los costes de producción, tanto en lo que se refiere a la energía eléctrica, los combustibles, los productos fitosanitarios y fertilizantes; como el aumento de otras partidas presupuestarias ligadas a la mano de obra de los trabajadores del campo y del almacén; o el aumento de los costes de los transportes y los servicios logísticos. A esto se le une la reciente dificultad de los profesionales del sector para abastecerse de materiales agrícolas necesarios para el manejo del cultivo, debido a la escasez de estos en el mercado y los retrasos registrados en su disponibilidad en tienda.

En lo que se refiere a la mano de obra en campo, es temprano para vaticinar posibles problemas de disponibilidad, ya que la campaña acaba de arrancar. No obstante, los profesionales contactados por la Junta de Andalucía detectan una falta de formación o de conocimientos mínimos agrícolas entre los trabajadores de las cuadrillas del campo.

En referencia a los costes de productos fitosanitarios necesarios para el manejo del cultivo, los distintos profesionales del sector informan de las dificultades encontradas en el control de plagas y enfermedades, como consecuencia de la restricción cada vez mayor de las materias primas y productos autorizados. Por un lado, comentan la ineficacia de los tratamientos autorizados disponibles para la erradicación de determinadas plagas y la consecuente pérdida de cosecha. Y, por otro, el aumento de los costes debido al incremento de número de aplicaciones o tratamientos necesarios para poder controlar relativamente el problema en cuestión. En este sentido, la preocupación del sector ante el control de *Planococcus citri*, conocido como Cotonet, o el *Eutetranychus sp.* comúnmente llamado la Araña Portuguesa, es patente.

Preocupación por el HLB

El sector de los cítricos andaluz manifiesta su preocupación por la reciente confirmación de la presencia de uno de los dos vectores, en concreto la *Trypoxys erytraea*, del Huanglongbing (HLB) en las proximidades de la provincia de Huelva. Concretamente ha sido detectado en una plantación de cítricos del municipio portugués de Aljezur, a menos de doscientos kilómetros de la provincia onubense. El HLB, también conocido como Greening, o enverdecimiento, de los cítricos, es una enfermedad causada por bacterias del género *Candidatus Liberibacter spp.* y transmitida por los vectores *Diaphorina citri* y *Trioza erytraea*. Actualmente, es consi-

derada la enfermedad más letal de los cítricos a nivel mundial y de la que no se conoce ningún tratamiento para combatirla, produciendo, así, enormes pérdidas económicas para el sector en aquellas zonas donde la plaga se ha establecido, como Brasil o Florida.

En este sentido, cabe resaltar la labor de investigación que se realiza desde el Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de la Producción Ecológica (IFAPA) del centro Las Torres-Tomejil en Alcalá del Río (Sevilla), desde donde se trabaja en varios proyectos de investigación relacionados con el HLB. ■

■ A 23 DE OCTUBRE

Exportados 16.422.265 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2021/2022, a 23 de octubre, se han enviado a países terceros, en exportación (16.059.402) y reexportación (362.863), un total de 16.422.265 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2020/2021, a 24 de octubre de 2020, lo exportado eran 13.046.358.

Países de destino (Kg):	Campaña 21/22		Campaña 20/21	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	53.971		80.257	1.294
Arabia Saudita	464.835		1.164.957	
Bahrain			8.081	
Bielorrusia	38.724	4.950	80.598	
Brasil			214.925	
Cabo Verde	34.281	12.978	19.441	
Canadá	1.817.074		3.684.870	22.950
Costa de Marfil	3.153	22.052	4.263	4.787
Emiratos Árabes Unid	270.149		650.045	
Estados Unidos	22.410			
Gibraltar	43.087	11.955	43.200	9.964
Gran Bretaña	9.205.739	65.200		
Guinea	2.160	3.504	3.300	3.060
Guinea Ecuatorial	17.998	49.509	28.425	35.994
India			755	
Islandia	77.280			
Kazajistán	149		111	
Kuwait	3.831		3.792	
Mali	1.852	6.795	1.967	14.361
Marruecos			38	84
Mauritania		4.998	2.206	1.469
Moldavia	6.268		25.208	
Noruega	446.935	640	1.597.030	
Oman	64.701		69.785	
Panamá			22.410	
Qatar	23.769		67.235	
Rep. Centroafricana		70.282	1.500	44.165
Serbia	263.236		521.678	
Singapur	187			
Suiza	2.925.707	103.472	4.012.909	158.049
Ucrania	271.908	6.529	422.211	
Uruguay			18.984	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	48.669	800	1.943	
Satsuma	4.972.490	198	1.034.522	9
Clementina	4.320.165	348	6.756.042	734
Clementina hoja	971.479	769	1.083.765	
Ortanique	4.193		1.036	
Ellendale	70			
Otras mandarinas	470.480	10.734	31.832	10.262
Uso industrial	21.723			
Nadorcott		31.201	300	35.213
■ TOTAL MANDARINAS	10.809.269	44.049	8.909.440	46.219
Navelina	589.514	1.884	2.144.597	4.190
Navel	30.553	1.938	3.372	
Navel Late	8.581	2.108	4.378	257
Lane Late	62			
Salustiana	351		4.256	
Valencia Late	263.489	140.115	212.640	109.709
Verna	5.690	655	1.007	23
Otras	97.128	35.632	54.074	21.406
Uso industrial			21.120	
Navel Powel	17.654			
Barberina	2.656		2.547	47
■ TOTAL NARANJAS	1.015.677	182.330	2.447.990	135.631
■ TOTAL LIMONES	4.135.827	129.752	1.263.264	106.135
■ TOTAL POMELOS	91.391	6.732	129.488	8.108

La Universidad de Zaragoza organiza un mercado agroalimentario con productos de proximidad

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Universidad de Zaragoza y el Ayuntamiento de la ciudad han organizado un mercado agroalimentario para abrir la institución docente a los ciudadanos e impulsar el comercio y consumo de proximidad.

El nuevo espacio, inaugurado la pasada semana, estará abierto todos los viernes en el campus universitario de la plaza San Francisco y ofrecerá al público productos agroalimentarios y agroecológicos de 22 productores y un amplio programa de actividades, tendentes a la promoción de la salud, el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad.

Los visitantes ya pueden comprar fruta, verdura fresca, pan, ajos, mermeladas, cervezas, hierbas aromáticas o huevos, productos de cercanía, próximos y con un componente de arraigo al territorio que supone un "gran" valor añadido.

Durante la inauguración de este nuevo 'particular' mer-

cado, también se organizaron para la ocasión una docena de actividades programadas por diferentes servicios de la Universidad de Zaragoza, incluso hubo animación musical a cargo de la Banda del Canal, y el Circo Bengala ofreció la posibilidad de conocer los secretos del mundo circense.

Asimismo, el Instituto Agroalimentario de Aragón (CITA) enseñó a los visitantes a cocinar con la luz solar y otras actividades vinculadas a la alimentación.

En su stand, el CITA mostró el proyecto de ciencia ciudadana 'Embajadores por la biodiversidad'. Se trata de un programa, que vive ya su segunda edición, y en el que centros escolares, hortelanos y ciudadanía en general pueden contribuir a una investigación, cuyo objetivo es recuperar variedades locales a partir de semillas autóctonas que por diferentes razones se han dejado de cultivar.

Fruit Attraction supera todas las expectativas

Los datos confirman la asistencia de 65.000 profesionales de 110 países y la participación de 1.300 empresas de 43 países

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Fruit Attraction cerró las puertas de su 13ª edición presencial con la participación de 65.000 profesionales de 110 países, superando así los objetivos y expectativas marcados por Ifema Madrid en el regreso de las ferias internacionales del sector hortofrutícola. Esta excepcional convocatoria ha sido determinante para el conjunto de la industria por su capacidad de reunir a los profesionales con máxima capacidad de decisión, confirmándose como el lugar oportuno en el momento preciso para la planificación de campañas; el evento de referencia mundial para planificar el año 2022.

Organizada por Ifema y Fepex, Fruit Attraction 2021 se celebró del 5 al 7 de octubre con la participación de 1.300 empresas de 43 países. Más de 40.000 metros cuadrados netos de oferta de toda la cadena de valor en los pabellones 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 del recinto ferial convirtieron a Madrid en la capital mundial hortofrutícola durante tres intensos días.

Según los organizadores, la feria se ratifica como instrumento fundamental para una comercialización hortofrutícola global y su capacidad de promover las exportaciones mundiales del sector, siendo el punto de conexión comercial de todo el conjunto de profesionales que integran toda la cadena de valor y marco de la innovación del mercado.

La confianza generalizada de los profesionales del sector en la feria ha quedado reflejada también en el volumen de visitantes internacionales, que han significado el 37% del total. Un año más, los procedentes de Europa fueron los más numerosos del segmento internacional, destacando los asistentes desde Francia, Italia, Portugal, Países Bajos, Reino Unido, Polonia y Alemania. También ha sido significativo el número de profesionales latinoamericanos, especialmente los llegados desde Perú, Chile, México, Colombia y Ecuador; a los que se suman los de Norte América. Del mismo modo, cabe destacar la afluencia de profesionales de la región MENA. "En definitiva, Fruit Attraction ha vuelto a confirmarse como un evento comercial clave para la producción, comercialización y distribución mundial", señala la organización del certamen.

Asimismo, los visitantes del programa Mercado Importador Invitado, co-organizado con el ICEX, y que en esta ocasión fueron Brasil, Ucrania, Corea del Sur y Bielorrusia, alcanzaron igualmente una notable afluencia de profesionales.

Fruit Attraction ha permitido ofrecer a los participantes una plataforma de impulso y expansión internacional con el Programa de Invitados Internacionales que, con la colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y del ICEX, atrajo a Madrid a más de 600 grandes compradores, jefes de compra retail, impor-



Fruit Attraction ha reunido a profesionales con capacidad de decisión. / FA

La próxima convocatoria de Fruit Attraction se celebrará del 4 al 6 de octubre de 2022

tadores y mayoristas invitados de 67 países. En relación con los expositores, la participación internacional supuso el 46% del total, con 600 empresas extranjeras de 43 países, destacando la presencia de Europa, y muy especialmente el volumen de participantes procedentes de Italia y Francia. Asimismo, cabe destacar también la importante apuesta de Latinoamérica, principalmente de Colombia, Perú, Costa Rica, Ecuador y México.

En el ámbito doméstico, Fruit Attraction 2021 contó con la presencia de empresas de todas las zonas de producción españolas. Un total de 703 empresas, cuyo éxito radica principalmente en el gran interés de la producción hortofrutícola española en la comercialización internacional, precisamente en un mes clave para la planificación de campañas.

Una vez más, el área expositiva de productores, Fresh Produce, registró el segmento de mayor representación con más del 65%. También contó con un importante peso la industria auxiliar, con el 18%, mostrando toda la fortaleza de la cadena del sector hortofrutícola. Además, completaron la oferta las empresas especializadas en logística, movilidad, IT y gestión de la cadena de frío para alimentos frescos y congelados, en Fresh Food Logistics. Y un muy importante crecimiento en el área de Biotech Attraction y Smart Agro. Todo ello, ha demostrado el firme compromiso del conjunto del sector con el proyecto en esta edición especial "retail".

En el marco de Fruit Attraction se entregaron los premios Innovation Hub Awards, que en esta ocasión fueron otorgados a la empresa VallOndo, ganadora con su kit de auto-cultivo de setas en la categoría Producto fresco; a ClassPack y su Bio Salad Rol, en Industria auxiliar y, por último, en categoría Acciones de sostenibilidad y compromiso, el jurado ha premiado a la empresa Man-

ter Ibérica por su máquina Leaf. Del mismo modo, la feria fue escenario de la entrega del premio al ganador del primer Concurso de Podcast Fruit Attraction: relatos de #agroinspiración, en apoyo a nuevos formatos de comunicación dentro del sector agroalimentario. El ganador fue el podcast De vacaciones y salvavidas, de Looije.

Un completo programa de jornadas hizo de Fruit Attraction el centro de conocimiento para el sector, con alrededor de 70 sesiones caracterizadas por la gran diversidad de contenidos, así como por el alto nivel de los 180 ponentes y los 2.100 asistentes.

Precisamente las jornadas más destacadas de esta edición seguirán visibles en la plataforma Fruit Attraction LIVEConnect, que se mantiene activa y permitirá a los profesionales seguir contactando con otros agentes del sector.

Por otro lado, y en relación con el compromiso de Ifema Madrid con la sostenibilidad, Fruit Attraction volvió a facilitar la recogida de frutas y hortalizas de los expositores para el Banco de Alimentos de Madrid, que consiguió reunir más de 29.000 kilos de productos hortofrutícolas para su uso solidario. Una iniciativa que pretende atajar la pérdida de alimentos, en línea con la primera ley de Desperdicio Alimentario de España, aprobada recientemente por el Consejo de Ministros.

Fruit Attraction 2021 contó una vez más con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en su acto de inauguración que volvió a estar presidido por el ministro Luis Planas. Además, la celebración de esta edición de Fruit Attraction ha contado con el apoyo de la Comunidad de Madrid en el marco de un convenio de colaboración con Ifema Madrid, dirigido a apoyar a las empresas en su transformación digital y en su internacionalización, así como al objetivo común por el que trabajan ambas instituciones como es la promoción económica e internacional de Madrid.

La próxima edición de la feria se celebrará en Madrid del 4 al 6 de octubre de 2022, bajo la dirección de María José Sánchez, nueva responsable del área agroalimentaria de Ifema Madrid.

CITROPROTECT®

PROTECCIÓN FRENTE A MANCHADOS POSTCOSECHA DE LOS CÍTRICOS



Existen diferentes desórdenes fisiológicos en la postcosecha de los cítricos que se manifiestan en forma de manchados y que afectan a la calidad de la piel, sobre todo en las variedades más sensibles.

Citroprotect es un producto que previene la aparición de estas alteraciones durante todo el proceso postcosecha y no interfiere en el desverdizado.

Aporta una protección extra a la piel y reduce las pérdidas de calidad de los cítricos.



@Citrosol_com



CITROSOL

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com

info@citrosol.com

OPINIÓN

Solidarios por imposición



Por CIRILO ARANDIS (*)

La paz en el mundo es uno de esos buenos deseos que todos tenemos en mente, pero que sabemos que la condición humana, o al menos, de algunos humanos que pueden tomar decisiones que afectan a muchas personas, no necesariamente tienen entre sus prioridades. El hambre en el mundo, y erradicar esta tremenda lacra, es también otro de esos graves problemas que retrata la condición humana. Lo cierto es que en el mundo se produce una cantidad suficiente de comida para poder alimentar a todos sus habitantes, siendo la pobreza, y las diferentes causas que la provocan, el origen de esta amenaza que se manifiesta, aunque en desigual medida, tanto en sociedades ricas como en otras bastante menos afortunadas.

Es en este entorno en el que el Gobierno de España está promoviendo un futuro texto legislativo, de momento anteproyecto de Ley, y que llevará el nombre de "Prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario". Su argumentario se desarrolla en el sentido de que aquellos alimentos no consumidos generan un impacto medioambiental en la medida que consumen recursos, aparentemente para nada, provocando una profunda huella hídrica y de carbono. Así se manifiesta en el preámbulo de esta futura ley, pues de modo taxativo, queda escrito que "Reducir drásticamente el volumen de pérdidas y desperdicios alimentarios es un imperativo moral de los poderes públicos y de los operadores de la cadena de suministro". Y si no queda claro todavía, se insiste en el sentido de que "la pérdida y desperdicio alimentario suponen un irreparable quebranto en términos de justicia social, de protección ambiental y de crecimiento económico". No cabe duda que, aunque sea a martillazos, se han podido relacionar todo tipo de conceptos justificativos y obligaciones.

Bien es cierto que a todos nos gustaría colaborar para que nadie pase hambre, y también es cierto que nadie quiere que se desperdicien alimentos, siendo los productores y los agentes de la cadena alimentaria los primeros interesados, aunque solo sea por eso de minimizar las pérdidas de su negocio. Pero siendo sinceros, el espíritu que destila este nuevo texto normativo, y que nos generará más obligaciones y más costes, no es más que el color verde de la ideología que impregna todas las actuaciones políticas que se precien, dentro de un contexto políticamente correcto. Y si no, valga el hecho de que, en el anteproyecto de ley propuesto, más de la mitad del texto normativo se dedica a la exposición de motivos. Vamos, que mucho hay que explicar el porqué de esta iniciativa legislativa. Y ya se sabe que, "excusatio non petita, accusatio manifesta"

Entrando ya en materia, conviene leer con atención el objeto de la ley que, siendo como su propio nombre indica, el de



La nueva Ley contra el desperdicio alimentario generará más obligaciones y costes para el sector hortofrutícola. / ARCHIVO

El Gobierno de España está promoviendo un futuro texto legislativo, de momento anteproyecto de Ley, y que llevará el nombre de "Prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario"

"Nos encontramos ante un anteproyecto de Ley cuya intención es más demagógica cuanto no ideológica. El altruismo es la posibilidad de procurar el bien ajeno a costa del propio, pero una cuestión de este tipo nunca puede ser impuesta, pues entra dentro de los aspectos relativos a la conciencia y a la iniciativa personal de cada uno"

reducir el desperdicio alimentario, jerarquiza en primer lugar, y de modo preferente, la donación de alimentos para consumo de la población ante otras posibilidades de destino de la producción alimentaria. Queda claro que se trata de una ley social, más que de una ley que persiga un menor impacto medioambiental o la optimización de recursos económicos. Así, serán fines específicos, actuaciones tales como sensibilizar, fomentar, promover o favorecer. Verbos poco concretos, pero que en el desarrollo del texto propuesto se convierten en actos y hechos ejecutivos, que de no cumplirlo, puede acarrear sanciones. Estas, en el caso de calificarse como muy graves, pueden alcanzar la cifra de hasta un millón de euros.

La siguiente cuestión que llama la atención es el apartado dedicado a las definiciones. Así, desperdicio alimentario es, aquel producto agrícola y alimentario, descartado de la cadena alimentaria que, siendo adecuado para el consumo humano y a falta de posibles usos alternativos, termina desechados como residuo. De igual manera, se define como pérdi-

da de alimento, los productos agrícolas o alimentarios que por cualquier circunstancia quedan en la explotación, ya sea reincorporándolos al suelo o utilizados para realizar compost in situ como residuo, y cuyo destino final hubiera sido la alimentación humana. Es decir, que ciertas prácticas que se dan en ocasiones, como tirar la fruta al suelo, supone que esa producción se calificará como "pérdida de alimentos", y que a su vez, habiendo usos alternativos pero no rentables para el producto, sea calificada como "desperdicio alimentario".

El artículo cinco tiene como título "Jerarquía de prioridades de los agentes de la cadena alimentaria". Se trata de que los actores de la cadena alimentaria adaptarán sus actuaciones a un orden de forma obligatoria. Insisto, no respetar esta jerarquía puede acarrear sanciones. En el caso de la primera actuación no cabe lugar al debate, pues se trata de prevenir las pérdidas y el desperdicio alimentario, y en esto podemos estar todos de acuerdo como concepto general. Pero también es cierto que, en determinadas circunstancias y

metodologías de recolección de la cosecha, y para no incurrir en mayores gastos, es práctica habitual en la recolección de algunas frutas o de algunas hortalizas, desechar frutos sin aptitud comercial o algunas partes de ciertas hortalizas. Se trata de materia biodegradable, que según la intención de esta norma, debería de tener como prioridad, como ahora veremos, el consumo humano. Así, como veremos más adelante, los frutos deformes causados por la incidencia de plagas, al poder ser comestibles, veremos si los tendremos que recolectar y destinarlos al consumo humano.

Continuando con la jerarquía de actuaciones, el siguiente uso debe ser la utilización para la alimentación humana, incluida la donación y otros tipos de redistribución para consumo humano. Es decir, que será prioritario donar, antes que destinar a la transformación los productos que no se han vendido en fresco, pero que siguen siendo aptos para el consumo. O de los alimentos que, como subproducto, se destinen a la alimentación animal, fabricación de piensos, de compost, la obtención de biogás u otros tipos de valorización energética mediante la obtención de combustibles. No cabe duda que la intención es muy loable, y que la dignidad humana, y sobre todo en materia de acceso a los alimentos, es un bien supremo, pero también es cierto que nuestra actividad es económica, y que el destino de nuestros productos obedece a una cuestión de rentabilidad si queremos seguir siendo competitivos. Ello siempre, sin menos cabo de la voluntad, que no debe ser imposición, altruista, de la que el sector agroalimentario ha dado muestras en infinidad de ocasiones.

De los quince artículos de los que consta el texto propuesto, en último lugar, conviene analizar el número seis, que se refiere a las obligaciones de los agentes de la cadena alimentaria. La primera es la de "aplicar a las pérdidas y el desperdicio alimentario la jerarquía de prioridades de esta ley en cualquiera de los eslabones de la cadena alimentaria en la que se generen y adopten medidas adecuadas para su aplicación". Entre los deberes que se pretenden imponer está que, en los establecimientos de comercio al por menor que sobrepasen cierto tamaño, es decir, incluyendo la gran distribución, se deberá de fomentar, entre otro tipo de productos, líneas de venta con productos 'feos', 'imperfectos' o 'poco estéticos'. Esto supone cargarse un concepto como el de la "normalización", herramienta fundamental para la valorización de nuestros productos, motivo por el que el sector está luchando para su mantenimiento en todo tipo de foros internacionales, incluida la Unión Europea. Nunca imaginé que el argumento definitivo en contra del mantenimiento de la normalización lo pudiera dar el Gobierno de mi país.

No hay que olvidar que más allá de las intenciones de esta norma, en el texto se contempla un régimen sancionador. Así, acciones como no donar o distribuir los excedentes de alimentos a aquellas empresas, entidades de iniciativa social y otras organizaciones sin ánimo de lucro o bancos de alimentos, será considerada como falta grave, con sanciones que van desde los 6.001 a los 150.000 euros. No olvidemos que se considerarán infracciones muy graves la segunda o ulterior infracción grave que suponga reincidencia con otra infracción grave cometida en el plazo de dos años, y que en este caso la sanción puede llegar hasta el millón de euros.

Creo que nos encontramos ante un anteproyecto de Ley cuya intención es más demagógica cuanto no ideológica. El altruismo es la posibilidad de procurar el bien ajeno a costa del propio, pero una cuestión de este tipo nunca puede ser impuesta, pues entra dentro de los aspectos relativos a la conciencia y a la iniciativa personal de cada uno. Resolver una cuestión social, como puede ser la pobreza, y como consecuencia, la incapacidad de acceder al consumo de alimentos, es una cuestión que compete a los poderes públicos y en los que todos los ámbitos sociales pueden colaborar. Pero lo que nunca se puede hacer es trasladarnos esta responsabilidad, so pena de sanciones, y además soportar los nuevos costes, ya sean económicos o de oportunidad, que de ello se deriven.

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

Miguel Padilla, elegido nuevo secretario general de COAG a nivel nacional

Toma el relevo de Miguel Blanco, que pone punto y final a sus 38 años de trayectoria en el sindicalismo agrario

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** El agricultor murciano, Miguel Padilla Campoy, ha sido elegido nuevo secretario general de COAG a nivel nacional, dentro de una Comisión Ejecutiva que contará por primera vez en la historia de la organización con tres mujeres y acomete un importante relevo generacional al reducir la edad media de sus integrantes de 61 a 49 años. De esta manera, la Comisión Ejecutiva elegida durante la XV Asamblea General de COAG, celebrada durante el 19 y 20 de octubre en Madrid, queda constituida por: Miguel Padilla (secretario general de COAG. COAG Murcia); Andoni García (ganadería familiar láctea. EHNE Bizkaia), Charo Arredondo (ganadera vacuno de leche. UGAM-COAG Cantabria); Jaume Bernis (ganadero de porcino. JARC-COAG Catalunya); Ángeles Santos (ganadera ovino de carne y leche. COAG Castilla y León); Andrés Góngora (agricultor de hortalizas en invernadero. COAG Andalucía); María del Carmen Pérez (ganadera canaria. COAG-Canarias); Javier Fatas (agricultor alfalfa y forrajes. UAGA-COAG Aragón).

Durante su primera intervención como secretario general de COAG, Miguel Padilla alertó sobre los efectos del proceso de uberización del campo español. “En este momento nos estamos jugando el futuro de nuestro modelo de agricultura profesional y social. Cada vez somos menos agricultores y agricultoras profesionales y cada vez es más difícil el relevo generacional. Sobre nuestro retroceso avanzan otros modelos basados en la integración, la concentración y la financiación del sector agrario a través de capitales externos y fondos de inversión. Aproximadamente la mitad de la producción final agraria en nuestro país, ya se encuentra en manos de sociedades mercantiles en este momento”.

El otro pilar de la actuación de COAG seguirá siendo la revisión de las políticas de mercado: unos precios justos y unas rentas dignas para los hombres y mujeres del campo, a través de un reequilibrio de la cadena agroalimentaria y el cese de las importaciones sin control.

Asimismo Miguel Padilla subrayó que la nueva Comisión Ejecutiva, tal como se recoge en la resolución aprobada por la XV Asamblea, convocará la Comisión de Igualdad de Género para comenzar los trabajos de adecuación de la estructura interna que permitan lograr los objetivos señalados. “Es decir, garantizar la participación de nuestras afiliadas en las áreas y sectores, removiendo los obstáculos que impiden que muchas

mujeres alcancen la representatividad, analizando dónde están esos techos de cristal y esos suelos pegajosos que no las permiten salir a la vida pú-

blica o que las retienen en su invisibilidad y silencio dentro de las explotaciones, trabajando pero sin reconocimiento y visibilidad”.

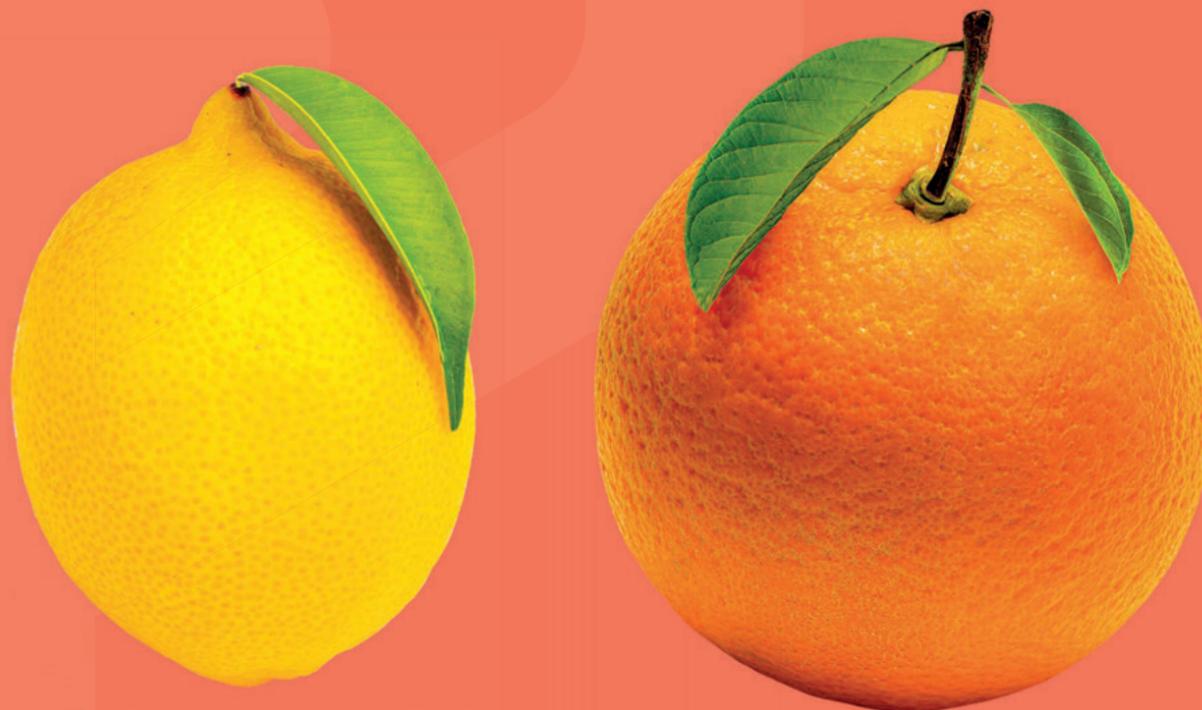


Miguel Padilla con la nueva Comisión Ejecutiva de la organización. / COAG

Sani Fruit Healthy Fruiture

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

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



www.sanifruit.com

Agrocultivos

La investigación para prevenir el HLB se intensifica

El IVIA y el instituto IBMCP desarrollarán conjuntamente tres proyectos de investigación con herramientas de lucha basadas en las últimas tecnologías

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Pleno del Consell de la Generalitat Valenciana ha aprobado la firma de tres convenios entre el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA) y el Instituto de Biología Molecular y Celular de Plantas (IBMCP) para el desarrollo de proyectos de investigación para la prevención del HLB en el cultivo de los cítricos.

El HLB es una de las enfermedades más importantes y graves de la citricultura mundial. Por eso, el IVIA está anticipándose a su hipotética llegada a la Comunitat Valenciana con el desarrollo de herramientas de lucha basadas en las últimas tecnologías disponibles, en colaboración con centros líderes como el IBMCP, un instituto de investigación mixto entre el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y la Universitat Politècnica de València (UPV) que tiene como objetivo general la generación de conocimiento en el ámbito de la biología del desarrollo y del estrés en plantas.

Los tres proyectos se denominan: "Expresión de péptidos con actividad antibacteriana para el control del Huanglongbing de los cítricos mediante un vector viral", "Mejora genética de variedades de cítricos con resistencia a *Candidatus Liberibacter asiaticus*" y "Edición de protoplastos de cítricos mediante la tecnología CRISPR/Cas".

El proyecto "Expresión de péptidos con actividad antibac-



El psílido vector *Trioza erytreae* ya ha sido detectado en el Algarve en Portugal. / IVIA

teriana para el control del huanglongbing de los cítricos mediante un vector viral", utiliza una herramienta de transmisión genética desarrollada por el IVIA y basada en un virus para activar la producción por la planta de pequeñas proteínas (péptidos) que tienen propiedades frente a la bacteria que produce el HLB.

Los péptidos son proteínas naturales y si se obtiene una vacuna para el HLB no sería necesario arrancar y reconvertir todas las plantaciones como ocurrió cuando llegó la enfermedad de la tristeza.

A través de la "Mejora genética de variedades cítricos con resistencia a *Candidatus Liberi-*

Esta enfermedad bacteriana devastadora está provocando enormes daños en numerosas zonas cítricas del mundo

bacter asiaticus" se quiere obtener a largo plazo variedades de mandarino resistentes a la bacteria que causa la enfermedad del HLB, mediante hibridación sexual clásica y selección de híbridos resistentes con marcadores moleculares. En este sentido, la gran ventaja del IVIA es que cuenta con la mayor colección de material vegetal del mundo.

Con el tercer proyecto, "Edición de protoplastos de cítricos

mediante la tecnología CRISPR/Cas", se pretende establecer una metodología que permita la edición genética de protoplastos intermediendo CRISPR. De acuerdo al conocimiento actual el CRISPR es la técnica de edición genética del futuro para conseguir material vegetal para una producción agraria de alta calidad, resistente a plagas y enfermedades y con el mínimo consumo de recursos.

■ ENFERMEDAD DEVASTADORA

El huanglongbing (HLB) o greening de los cítricos es una enfermedad bacteriana devastadora que está provocando enormes daños en numerosas zonas cítricas del mundo.

Como ejemplo, en Brasil apareció en 2004 y en diez años fue capaz de causar la muerte de 43 millones de plantas, mientras que, en Florida, tras su detección en 2005, ha dañado 66.000 hectáreas y ha provocado un descenso del 70% de la producción total de cítricos en este estado de Estados Unidos.

Afortunadamente, tanto la enfermedad como los dos principales insectos que la transmiten, los psílidos *Trioza erytreae* y *Diuraphis citri*, no están presentes hasta el momento en la citricultura mediterránea.

No obstante, la detección en 2014 de uno de sus vectores en Galicia y Portugal, el psílido africano *Trioza erytreae*, ya hizo saltar las alarmas del sector. Y según se ha confirmado recientemente, este insecto vector ha llegado ya al Algarve, en el sur de Portugal.

El avance desde el norte y centro del país luso hasta los cítricos del Algarve eleva las posibilidades de que, primero dicho vector transmisor y luego la bacteria del HLB, acaben alcanzando las explotaciones cítricas de Huelva y del resto de España y Europa.

La citricultura española se mantiene alerta, confirmando que el HLB es una amenaza muy real y su llegada podría suponer un desastre de magnitudes inimaginables. Se trata, según los expertos, de la enfermedad más grave para la citricultura en todo el mundo debido a su complejidad, poder de destrucción y dificultad de gestión. De hecho, actualmente está definida como una afección incurable. Por el momento, ante la falta de soluciones curativas, la mejor medicina para el HLB es la prevención.

Estresar al árbol para recoger granadas saludables y que duren más

► ANTONIO MARTÍN. EFEAGRO.

Estresar ligeramente el árbol de la granada de forma ecológica para producir una fruta con un mayor contenido en compuestos antioxidantes, más saludables para el organismo y con una mayor vida comercial porque se alarga unos 15 días las condiciones óptimas de consumo.

Este ha sido el logro del Grupo de Investigación de Post-recolección de Frutas y Hortalizas del Centro de Investigación e Innovación Agroalimentaria y Agroambiental de la Universidad Miguel Hernández de Elche (CIA-GRO-UMH), del campus de Orihuela-Desamparados.

Financiados con un proyecto público de I+D+i de ámbito nacional y liderados por los investigadores Daniel Valero y María

Serrano, se ha logrado optimizar la técnica de inducir una respuesta de defensa de las plantas mediante la aplicación de sustancias naturales a los granados, es decir, de provocar una situación de ligero estrés para generar un mejor fruto por la mayor presencia de antioxidantes.

El investigador Juan Miguel Valverde explica que esta situación de estrés es similar a la que generan los árboles de forma natural como respuesta defensiva al ataque de plagas, consiguiendo por ejemplo cicatrizar heridas más rápidamente y evitando el desarrollo de podredumbres.

Simulando este modo de acción, los investigadores del CIA-GRO-UMH han aplicado mediante pulverización a los granados estas sustancias naturales en



El estrés genera un mejor fruto en el granado según los investigadores. / VF

unas combinaciones precisas y en momentos de desarrollo del

fruto determinados. La respuesta del árbol a estas aplicaciones es un ligero estrés que produce una mayor acumulación de antioxidantes en las granadas, lo que las convierte en más saludables para el consumidor y más resistentes a la pérdida de calidad durante su almacenamiento, distribución y venta.

Otro de los aspectos estudiados en la granada es la optimización de su conservación frigorífica tras la recolección puesto que estos frutos deben almacenarse a una temperatura alrededor de 10 grados centígrados y no es posible a menos porque se desarrollarían unos desajustes fisiológicos denominados "daños por frío".

La granada Mollar de Elche se puede conservar en relativas buenas condiciones para su con-

sumo entre 45 y 60 días, y con las técnicas desarrolladas por este grupo de investigación del CIA-GRO-UMH se puede aumentar otros 21 o 30 días adicionales.

"La ventaja de aumentar la vida útil es que se puede disponer de esta fruta por más tiempo a la venta, consiguiendo una ventaja competitiva para el distribuidor, así como una mayor conservación para el consumidor lo que significa fruta saludable durante más tiempo y menor desperdicio alimentario", según Valverde.

En las instalaciones del CIA-GRO-UMH se dispone de un banco de germoplasma de granados y parcelas experimentales para el desarrollo de estos estudios.

España es el sexto productor mundial de granadas, que se cosechan entre septiembre y octubre. Tres de cada cuatro se recogen en explotaciones agrícolas de Elche, Crevillent y Albuera (Alicante), que suman alrededor de 50.000 toneladas anuales, muchas de ellas de la Denominación de Origen Protegida (DOP) Granada Mollar de Elche.

INFOPOST



FRUITCONTROL. Control automático de cámaras de desverdizado

FOMESA FRUITECH



FRUITCONTROL es un potente equipo para el control centralizado de las variables que intervienen en el desverdizado de los cítricos: temperatura, humedad, concentraciones de gases, y ventilación.

El equipo nos permite controlar desde un único punto y de forma totalmente fiable el funcionamiento de los sistemas de refrigeración y calefacción, los humidificadores, los equipos de renovación de aire de las cámaras y los de aporte de etileno. Todo ello gracias a la instalación en las cámaras de una serie de sondas y equipos de análisis cuyos datos son recogidos por el controlador central del sistema FRUITCONTROL que es quien, considerando los valores deseados y programados por el operario, acciona los equipamientos de las cámaras para mantener esos valores a los niveles óptimos.

BRICAM es un programa informático para la vi-

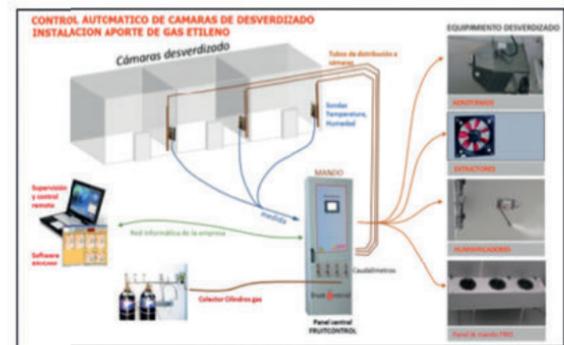


sualización y registro de las variables que intervienen en la desverdización: temperatura, humedad relativa, CO₂, etileno, funcionamiento general del equipo, así como para la programación y ajuste de los niveles deseados de cada una de estas variables.



La visualización del estado actual de las cámaras se hace sobre un dibujo esquemático de las mismas, ofreciendo en una única pantalla toda la información relevante (temperatura, humedad, CO₂, etileno, etc.), de forma clara e intuitiva.

Los registros de las diferentes variables y el funcionamiento de los equipos de una cámara se presentan superpuestos, de forma que se puede apreciar sin dificultad la influencia de unos sobre otros: apertura de puertas, funcionamiento de extractores, boquillas, etc.



Otras funciones que permiten el programa informático: gestión y envío de alarmas de temperatura, exceso de CO₂, etc.

Este programa informático está completamente desarrollado por nuestra empresa, lo que permite una presentación personalizada y posibilidad de adaptarse a cualquier requerimiento particular del cliente.

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

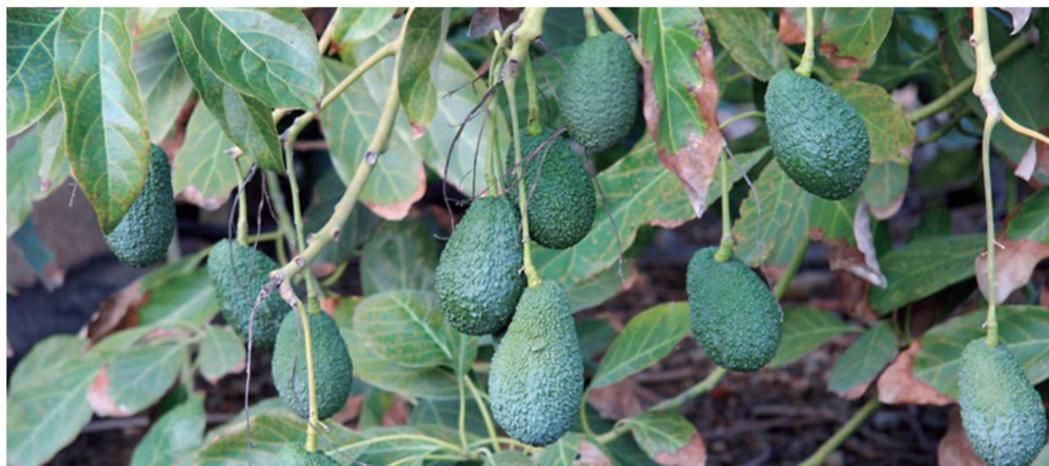
El sector tropical exige una solución de emergencia para la Axarquía

Desde la comarca malagueña, regantes, agricultores y patronal demandan la llegada de aportes hídricos de emergencia ante la “situación crítica” que vive la zona

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Productores, comercializadores y plataformas de regantes de la comarca respondieron a la llamada de la organización Nacional de Tropicales para apremiar a las administraciones a buscar soluciones urgentes que permitan la llegada de aportes hídricos de emergencia “ante la crítica situación” en la que se encuentran las zonas cultivadas en la Axarquía, en las que se produce más del 90% de la fruta tropical del continente europeo.

El campo axarquense, la despensa tropical del continente europeo, y una de las zonas productivas con mayor valor añadido en la agricultura española, se encuentra en pie de guerra tras años de abandono institucional en materia de infraestructuras hidráulicas. Una situación ante la que los principales actores del sector —agricultores, regantes, productores y comercializadores— no están dispuestos a seguir de brazos cruzados. Esta es una de las principales conclusiones que se pueden extraer de la reunión de emergencia que tuvo lugar la semana pasada en la sede comarcal de la Mancomunidad de Municipios situada en Vélez-Málaga. Una cita organizada por la Asociación Nacional



La falta de agua ha colocado en una situación crítica al sector tropical malagueño. / ARCHIVO

El sector de fruta tropical es uno de los grandes motores económicos de la región

de Tropicales que, con casi medio millar de integrantes, es el colectivo que representa a un sector clave en la economía malagueña.

El cónclave, convocado a petición de los agentes más representativos del sector de los tropicales, y al que asistieron

las principales empresas comercializadoras de la zona, junto a agricultores, productores y regantes, sirvió para evidenciar el consenso de todas las partes en torno al inicio de actuaciones para reclamar a las administraciones públicas la puesta en marcha de las infraestructuras hidráulicas prometidas para llevar el agua a los campos de la comarca, “obras reclamadas por todos nosotros desde hace una década y que, a día de hoy y con una situación límite que nos está dejando prácticamente sin agua, siguen sin acometerse”,

aseguró Javier Braun, presidente de la Asociación Española de Tropicales.

Entre las medidas urgentes que reclaman, y por las que están dispuestos a movilizarse llegado el caso, destacan la necesidad prioritaria de acceder al uso de las aguas terciarias procedentes de las Estaciones Depuradoras de Aguas Residuales (EDAR's) de Vélez-Málaga y Rincón de la Victoria; que en el caso del propio municipio veleño no entienden por qué se les sigue negando, “dado que la infraestructura de aprovechamiento está creada y

lista para ser utilizada por los regantes”.

Otra medida es el acceso a los recursos hídricos de la cabecera del río Chíllar como una de las soluciones a corto plazo mientras se arbitran las necesarias obras hidráulicas prometidas por la administración autonómica.

Asimismo solicitan que se de luz verde a los permisos necesarios para llevar a cabo obras de emergencia que posibiliten la construcción de balsas en altura para aprovechamiento de los caudales de lluvia que se esperan en este inicio de campaña hidrológica; una temporada crítica en la que, de no revertirse la situación de escasez de precipitaciones, podría llegarse a un verdadero colapso en el sector.

Finalmente, los agentes del sector consensuaron el inicio de los trámites para la contratación de un servicio de Consultoría Técnico Jurídico con el que desarrollar líneas de intervención que permitan buscar soluciones al problema del agua desde todos los frentes, incluido el legal.

Con una superficie de cultivo que ronda las 9.000 hectáreas, ubicadas mayoritariamente en la comarca de la Axarquía y Costa Tropical, este sector es uno de los grandes motores económicos de la región. Un medio de vida del que depende directamente la economía de más de 5.000 pequeños agricultores y que genera miles de puestos de trabajo indirectos derivados de las condiciones de producción y de las empresas comercializadoras de la comarca, algunas de ellas referentes transnacionales del sector tropical.



Uva de mesa DO Uva Embolsada del Vinalopó

JOSÉ BERNABEU / Presidente del CR de la DO Uva de Mesa Embolsada del Vinalopó

“Los precios no están acordes con la merma de cosecha”

La temporada de uva del Vinalopó se está desarrollando marcada por una merma de cosecha y unos precios en campo que no reflejan este descenso del volumen de producción. Una situación que, según José Bernabeu, se debe al control del mercado que ejercen actualmente las cadenas de distribución y a la disponibilidad de fruta procedente de otras zonas productoras. Sobre los retos de este cultivo, para el presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen el relevo generacional, apostar por la diferenciación del producto en los mercados y garantizar la disponibilidad de agua son fundamentales para garantizar el futuro de la uva de mesa embolsada en la comarca.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Qué análisis realizan de la presente campaña desde la Denominación de Origen?

José Bernabeu. Es una campaña rara, con una producción corta en kilos, buena calidad, en la que los precios no están respondiendo a la merma de cosecha. La temporada ya llegaba con un volumen de producción reducido, y a ello se han sumado varios episodios de pedrisco que han afectado especialmente al municipio de La Romana. Con lo cual, la reducción final ha sido más importante de la esperada inicialmente. Y, como he comentado, las cotizaciones no están acordes con la merma de cosecha. Y esta situación puede mantenerse a lo largo del resto del ejercicio.

VF. ¿A qué se debe que los precios no estén alcanzando los

niveles esperados derivados de esta merma de cosecha?

JB. Fundamentalmente se debe a que los mercados están controlados por las grandes cadenas de distribución. La demanda se encuentra muy concentrada y la oferta excesivamente atomizada, y esto les facilita marcar el precio. La gran distribución establece su pauta y la mantiene ya durante todo el año. Por eso considero que no se producirán grandes cambios en las cotizaciones en lo que resta de ejercicio.

Además, hay que tener en cuenta que la uva de mesa embolsada del Vinalopó no se encuentra sola en el mercado. Hoy en día las comunicaciones y el transporte facilitan la llegada de producto desde diferentes zonas de producción. Por ello, si hay escasez de uva de mesa en la comarca o en España, se



José Bernabeu dice que la campaña 2021 de uva está siendo “rara”. / ARCHIVO

puede traer fruta de Italia, y a finales de año ya comienza la campaña de uva en el Hemisferio Sur. El disponer con facilidad de productos de diferentes zonas también contribuye a la contención de los precios. En la zona del Vinalopó hay menos volumen de producción, pero la gran distribución no se encuentra desabastecida porque se nutre de fruta de diferentes orígenes. En estos momentos ya está entrando en los mercados uva procedente de Italia.

VF. ¿Cómo está influyendo el incremento de los costes en el sector de la uva de mesa embolsada del Vinalopó?

JB. En el transcurso de los últimos diez años, salvo en la campaña de 2019 en la que fueron especialmente bajos, los precios en campo de la uva prácticamente no se han movido y se han mantenido estables. Sin embargo los costes salariales, productos para el cultivo, agua o transporte han ido subiendo considerablemente.

Y en el sector de la uva de mesa embolsada del Vinalopó los costes se multiplican porque hablamos de un cultivo que no se puede mecanizar y la mayoría de las labores se realizan de forma manual. Reducir los gastos resulta complicado.

VF. En este contexto, ¿el cultivo de la uva en el Vinalopó resulta rentable?

“En la zona del Vinalopó hay menos cosecha, pero la gran distribución no está desabastecida porque se nutre de fruta de diferentes orígenes”

JB. Este cultivo resulta rentable en plantaciones nuevas que se han puesto en marcha con sistemas de apoyo muy modernos. Esas explotaciones sí que pueden generar cierta rentabilidad.

Pero la prueba evidente de que en la mayoría de las plantaciones la rentabilidad obtenida es escasa se plasma en la falta de relevo generacional con productores jóvenes.

El cultivo pervive gracias al esfuerzo de agricultores que llevan muchos años dedicándose a esta actividad tradicional, que se ha convertido en su modo de vida.

VF. ¿Qué acciones de promoción tienen previsto realizar este año desde el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Uva de Mesa Embolsada del Vinalopó?

JB. Hemos realizado campañas promocionales a través de Origen España. El año pasado concluyó una iniciativa que

Relevo generacional

Para José Bernabeu, el principal reto de la uva de mesa embolsada del Vinalopó es el relevo generacional. “La escasa rentabilidad, como se ha comentado anteriormente, está lastrando este relevo generacional. Y a ello se suma la incertidumbre sobre la disponibilidad de recursos hídricos. En estos momentos se está realizando alguna aportación desde el trasvase Júcar-Vinalopó y esperamos que se continúe en esta línea y se incrementen los caudales que llegan a través de esta conducción. Garantizar la disponibilidad de agua es fundamental para apostar por este cultivo y realizar inversiones importantes”, señala el presidente del Consejo Regulador de la DO Uva de Mesa Embolsada del Vinalopó.

Otro reto es convencer a la cadena de comercialización para que apuesten por productos de cercanía y de calidad con denominación de origen o IGP y “que todos los vendedores de la comarca consideren importante la figura de calidad y la utilicen más que hasta ahora como vía de diferenciación y para ofrecer valor añadido al consumidor”, concluye José Bernabeu. ■

duró tres años y esta temporada ha arrancado un nuevo proyecto que se mantendrá durante tres ejercicios más.

Origen España busca acercar a los consumidores los sellos de calidad diferenciada con Denominación de Origen Protegida (DOP) e Indicación Geográfica Protegida (IGP) en los productos agroalimentarios, no solo para que los conozcan y puedan reconocerlos, sino para que entiendan su significado y valor. Esta campaña está abierta a todos los consejos reguladores asociados a Origen España que se adhieren a esta iniciativa.

Además, por nuestra parte, este año hemos lanzado la campaña de “La Uva Mejor Protegida del Mundo”, que pretende realzar la protección integral que tanto al producto en sí mismo, como al sector productor y al propio consumidor, ofrece el embolsado y la Denominación de Origen Protegida. Con esta campaña, realizamos acciones en redes sociales, radio y en algunas publicaciones especializadas. A ello se suma todo el material gráfico promocional que acompaña a la uva de los comercializadores que certifican su producto con los sellos de calidad de la Denominación de Origen.

► **NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.** Tras los problemas de calidad que presentó la cosecha de uva, especialmente en las variedades tempranas en 2020, desde Frutas Torero, Antonio Caballero explica que este año, “el inicio de la temporada se ha caracterizado por una mejora sustancial de la calidad en las variedades más tempranas que comenzaron a recolectarse a finales de julio”.

La empresa murciana, especialista en la producción y comercialización de uva y fruta de hueso, mantiene, a pesar de todo, una tendencia al alza en volumen ampliando sus plantaciones de producción propia. “En 2020 ya se plantaron 20 hectáreas nuevas, este año han sido otras 20 ha y para 2022 tendremos 30 hectáreas más”.

■ SIN SEMILLAS

Desde la aparición de las variedades de uvas sin semillas, Frutas Torero ha apostado fuerte por ellas. Con el paso de los años, visto su éxito en el mercado internacional, la empresa ha cerrado acuerdos con las principales empresas obtentoras para ampliar su oferta de uva ‘seedless’.

“En el tema varietal, en Frutas Torero trabajamos con todas las variedades del ITUM, especialmente la uva Autumn Royal; de la firma International Fruit Genetics (IFG) se han plantado la Sweet Globe®, la Jack’s Salute®, la Sweet Celebration® y la Sweet Joy®; y de SNFL Group, este año hemos plantado las variedades Allison™ o la Timpson™” explica Antonio Caballero.

■ PIONEROS EN ABRIR MERCADOS

La exportación siempre ha sido la principal actividad comercial de Frutas Torero desde sus inicios. Por ejemplo, los hermanos Caballero, Antonio y Jesús fueron pioneros en viajar a Reino Unido para conocer de primera mano el mercado inglés. “Cuando empezamos a mandar uva allí, yo tenía claro que quería ver dónde llegaba mi uva, dónde la recibían, cómo se manipulaba, se presentaba y se vendía”. Tal como recuerda, “antes de que Frutas Torero comenzara a trabajar este mercado, ya había exportadores murcianos de uva que lo hacían, pero no muchos habían estado en Inglaterra. De hecho, en mi segundo viaje a Inglaterra, me acompañaron algunos de estos exportadores que aunque competencia, ante todo son amigos”.

Son muchos años trabajando con este mercado y con sus importadores de fruta, es por eso que ante la nueva realidad que ha traído consigo el Brexit, Antonio Caballero se muestra tajante al señalar que “el Brexit ha sido un gran error y una total absurdidad”. La salida de Reino Unido de la UE está complicando los trámites y costes de los exportadores, pero es “el propio país y sus consumidores los más perjudicados”. Además de la escasez que ya se está registrando en algunos productos, “el aumento de los costes es una realidad y repercute en el precio final de los productos



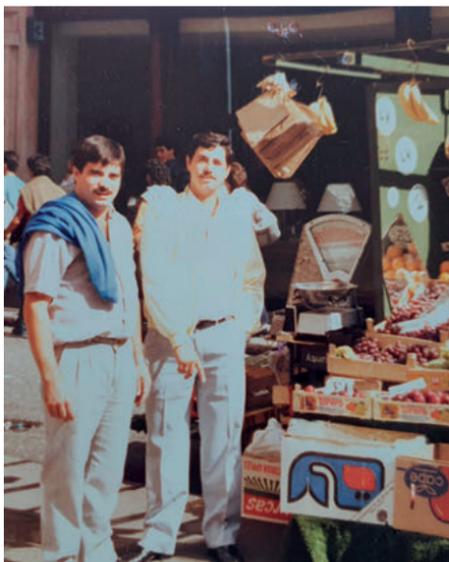
Antonio Caballero en Fruit Attraction 2021, una edición que ha dejado un buen sabor de boca en Frutas Torero. / NEREA RODRIGUEZ

ANTONIO CABALLERO / Gerente de Frutas Torero

“El futuro de la uva murciana y española pasa por abrir mercados”

con una constatada subida en las frutas y hortalizas, que los consumidores ingleses ya están notando en sus bolsillos”. Con información de primera mano, Antonio Caballero comenta que, ya hay mucha gente arrepentida con el resultado del referéndum, aunque, “los ingleses sabemos cómo son y no van a dar su brazo a torcer”.

Sea como sea, Frutas Torero continúa exportando uva a Inglaterra, manteniendo los mismos volúmenes que antes del Brexit. “Inglaterra es un mercado importante para la uva de mesa nacional en general, es el primer receptor de uva española de toda Europa. Si fallara este mercado, buscar una alternativa en el



Antonio y Jesús Caballero en Londres. / F. TORERO

todo el continente europeo sería muy complicado, máxime cuando el mercado ruso aún sigue cerrado”.

Así las cosas, Frutas Torero tiene la mira puesta en países más lejanos, concretamente en el mercado asiático. Con Egipto que no deja de presionar como competidor, sin Rusia y con un mercado europeo sobre-abastecido, no queda otra que buscar alternativas comerciales en otros continentes. Antonio Caballero tiene claro que “el futuro de la uva murciana y española pasa por abrir mercados”. En el caso de Frutas Torero, Malasia, Singapur o China son destinos con potencial, a pesar de la burocracia que implica la exportación de pro-

ductos frescos. “Hasta agosto de 2020 exportamos uva a estos mercados asiáticos, pero con la pandemia como telón de fondo, con las complicaciones logísticas debido a la falta de contenedores, el aumento de precio de los fletes marítimos y los problemas en los puertos de destino, decidimos parar por el alto riesgo que entrañaba seguir mandando mercancía a estos países”. De todas formas, a medida que el mundo vaya retomando su ritmo pre-COVID, Frutas Torero reactivará esta línea de trabajo, incluyendo a “Tailandia y Corea del Sur en nuestra cartera de clientes de ultramar”.

■ COSTES MÁS ALTOS

La escasez y encarecimiento de las materias primas y la constante subida de la tarifa eléctrica están siendo un verdadero quebradero de cabeza para las empresas hortofrutícolas, que han visto cómo se disparaban sus costes. En los materiales para envases y embalajes, la subida de precios es ya de dos dígitos respecto al año pasado.

Por ejemplo, en el caso del plástico, las empresas con las que trabaja Frutas Torero “ya nos han confirmado incrementos del 15% y en cartón también se espera un aumento del 10 al 15%”.

En cuanto a la subida de la tarifa eléctrica, Antonio Caballero dice que “es uno de los problemas que más nos preocupan ahora mismo máxime cuando el precio no deja de subir y el gobierno permite a las compañías hidroeléctricas modificar los contratos firmados con precios cerrados y cambiar las tarifas de acuerdo al precio de mercado actual”. Esta modificación, en el caso de Frutas Torero, tal como confirma su gerente “va a suponer un coste, solo en luz, de 30.000 euros en un año”.

frutas
torero

Hortofrutícola TOPI
O. P. F. H. N.º 591

Ctra. de la Estación, s/n
30550 Abarán (Murcia) España
Tels.: 696 44 30 60 - 968 77 07 91
Fax: 968 45 05 28
Móvil: 630 90 60 30
antonio@frutastorero.com
www.frutastorero.com

frutas
torero

Frutas Torero

en el mundo entero

Abarán, Londres, Vietnam, China

DAVID VICARIO VILLA / Director comercial para España de Veripack

“Hemos diseñado un envase que mejora la ventilación lateral y capacidad de evacuación de la condensación”

El nuevo envase ‘Breeze’ —nombre comercial Maxipack Breeze— que Veripack ha presentado al sector de la uva y frutícola, en general, responde claramente al objetivo de crear un formato que realmente funcione y con un diseño que mejora las opciones con ventilación lateral existentes en el mercado. Tal como confirma su director comercial para España, David Vicario, la cesta ha obtenido unos resultados muy positivos respecto a la velocidad de enfriamiento y a la capacidad de evacuación de la condensación.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Veripack ha desarrollado una cesta que favorece el enfriamiento. ¿Qué particularidades tiene esta nueva propuesta?

David Vicario Villa. Es un diseño que pensamos responde a unos requerimientos y necesidades que detectamos en nuestro contacto diario con los clientes y en nuestras visitas a sus instalaciones.

Estas necesidades surgen en los procesos de recolección, envasado, conservación y comercialización en dos frutos en concreto como son la uva y el tomate cherry, pero que puede ser extensible a otros productos muy sensibles como la fresa y los arándanos, que requieren de un rápido enfriamiento para mantener las características organolépticas y la mayor vida útil posible.

El envase bajo el concepto “Breeze”, y con nombre comercial Maxipack Breeze, ha respondido claramente a nuestro objetivo de crear un envase que realmente funcione y que el diseño responda a mejorar las opciones con ventilación lateral existentes en el mercado.

Esta cesta ha obtenido unos resultados muy positivos respecto a la velocidad de enfriamiento y a la capacidad de evacuación de la condensación. Se ha conseguido una velocidad de enfriamiento un 10% más rápida que la mejor que existía en el mercado y una capacidad de evacuación de la condensación un 60% mayor en los 7 primeros días tras ser termosellado el envase.

Este análisis del comportamiento de la cesta fue realizado por el centro tecnológico Ainia a quienes les dimos el trabajo de ponerla a prueba.

En esta cesta se ha tenido en cuenta otros muchos detalles en su diseño que la caracterizan, como son un peso muy reducido, la ergonomía que posee y unos orificios realizados en un plano inferior (subnivel) para que estos nunca puedan dañar a la fruta.

VF. ¿Qué ventajas ofrece a un producto como la uva?

DVV. Nos fijamos en la uva como una de las frutas donde podría ser más necesaria una cesta que ayudara a una regulación de la temperatura más eficiente ya que se recolecta en verano a temperaturas más cálidas como ocurre en las zonas de Murcia y Alicante, y donde hay muchos productores que ya ponen el fruto recolectado en el campo directamente en el envase para su termosellado posterior en el almacén.

Por tanto, este envase aporta una mayor eficiencia al proceso de enfriamiento de la fruta que lo contiene y eso no solo impacta



David Vicario Villa destaca que Grupo Guillin ha fortalecido aún más su apuesta por reforzar su posicionamiento como un grupo que ofrece una amplia gama y soluciones de envasado y ya no solo en material R-PET o PP, 100% reciclables sino ahora también en cartón. / VERIPACK



Con la cesta Maxipack Breeze se consigue una velocidad de enfriamiento un 10% más rápida y una capacidad de evacuación de la condensación un 60% mayor en los 7 primeros días tras ser termosellado el envase. / VERIPACK

en la reducción de tiempos para su envasado y comercialización, sino reduce los costes derivados de este proceso, que como todos sabemos, tienen un gran impacto en este sector de las frutas y hortalizas.

Por otro lado, este envase aborda un serio problema que a veces tienen los productores para evitar la condensación que se genera en ocasiones en el interior del envase cuando este sufre choques térmicos o simplemente porque su envasado se realizó a una temperatura del fruto aún elevada. Este problema es, para muchos, una de las mayores causas de reclamaciones en destino.

Estas ventajas son trasladables a otros frutos como tomates cherry, cerezas, arándanos y fresas.

VF. ¿Qué otras novedades ha desarrollado la empresa en este último año?

DVV. En este último año, el Grupo Guillin ha fortalecido aún más su apuesta por reforzar su posicionamiento como un grupo que ofrece una amplia gama y soluciones de envasado, ya no solo en material R-PET o PP, 100% reciclables, sino ahora también en cartón.

Aprovechando la reciente feria de Fruit Attraction presentamos una primera gama de soluciones en cartón fabricadas por una de nuestras unidades de fabricación en cartón llamada “Thiolat”. Estamos muy contentos de poder ofrecer esta novedad a nuestros clientes y al mercado en general ya que como parte de nuestro ADN también en estas

novedades en cartón se puede ver la innovación y la atención al mínimo detalle en el diseño.

Una de las novedades que más ha llamado la atención es la Maxipack Carboard Lid, una cesta en cartón corrugado, con la certificación FSC, que posee una tapa muy innovadora en R-PET que fabricamos en Veripack. Entre sus principales características destaca que posee una amplia capacidad de ventilación no solo en la cesta, sino también en la tapa, la cual no se reduce al apilarse, así mismo posee una película antihumedad en el interior de la cesta y tiene la ventaja de la gran rigidez del conjunto.

Por otro lado, no tenemos que olvidar el proyecto ‘Prevented Ocean Plastic’, que ya en su primer año de funcionamiento ha evitado que 830 millones de botellas llegaran al mar. Tras un año ya son muchos los clientes que se han unido como ‘partners’ a este proyecto que tiene en exclusiva el Grupo Guillin y que nos hace disponer de un material reciclado que incorporamos a nuestros envases R-PET. Con ello seguimos apostando firmemente por este proyecto ya que nuestro compromiso es real y tangible, como lo es este proyecto, con la economía circular y la sostenibilidad.

VF. ¿Cómo valora y afronta la empresa las nuevas directrices que llegan de Bruselas para la eliminación del plástico?

DVV. En 2030, seguirá habiendo plástico, pero nuestro uso será más sensato. De hecho, eliminar todos los plásticos de todos los productos es ilusorio e incluso perjudicial, sobre todo por razones de salud. Es más probable que en 2030 solo desaparezcan los plásticos para los que no hay solución al final de su vida útil. Estos podrán ser sustituidos por materiales como el papel, el vidrio o el cartón, que podrían ocupar únicamente entre el 5 y el 10% de los volúmenes.

Tanto Veripack como el Grupo Guillin, desde sus comienzos, se han caracterizado por ofrecer soluciones diseñadas claramente hacia la sostenibilidad. Ya no solo el diseño de un envase sino su proceso de fabricación está dirigido hacia esta dirección.

Ejemplo de esto es que todos los envases que se fabrican son 100% reciclables. Por otro lado, los envases que fabricamos contienen un alto porcentaje de material reciclado. Compartiendo un dato con los lectores de Valencia Fruits: con únicamente la incorporación de un 30% de R-PET, las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y el consumo de energía equivalen al del cartón, y un consumo de agua dos veces menor.

VF. Otro de los problemas es el encarecimiento de las materias primas. ¿Cómo está condicionando esto a la productividad y capacidad de servicio de Veripack?

DVV. Desde mi entrada en Veripack, hace casi dos años, algo que he podido constatar es que el Grupo Guillin y concretamente los equipos que forman parte de la estructura de Veripack poseen una enorme capacidad de “resiliencia”. Esto se pudo comprobar en la gran disrupción como fue la COVID-19, hace algo más de un año, donde pudimos demostrar que estamos preparados para dar una respuesta muy profesional a nuestros clientes sea cual sea el problema que exista.

Ahora nos seguimos enfrentando —porque no podemos decir que haya terminado— con esta escalada de precios en las materias primas que en algún caso también originó y podría originar de nuevo una falta de material en el mercado. En todo caso, lo primero que hemos hecho y seguiremos haciendo es asegurar el suministro a nuestros clientes y mantener un alto nivel de servicio. Esa es nuestra prioridad.

VF. ¿Se están estudiando soluciones alternativas desde Veripack y el Grupo Guillin para hacer frente a esta nueva realidad que rodea al mundo del envase y el uso del plástico?

DVV. Como indicaba anteriormente, hay una apuesta firme desde el Grupo Guillin y Veripack para seguir siendo referente en el mercado ampliando nuestra gama a otros materiales como el cartón, pero no perdiendo nuestra convicción de trabajar hacia una economía circular donde debemos de ser capaces de utilizar al plástico “como su propio recurso” y para ello creemos más en el reciclado y su reutilización. Es por ello por lo que proyectos como el POP tienen aún más sentido ahora.

VF. ¿Cuáles son las iniciativas de Veripack en cuanto a la sostenibilidad, una realidad que está marcando las estrategias del mundo hortofrutícola?

DVV. Hay pasos muy concretos que se están realizando en Veripack y en el Grupo Guillin:

Todos nuestros productos están eco-diseñados para limitar su peso, facilitar su apilamiento y, por tanto, poner más cajas/cartón/palet/camión, limitando así la producción de gases de efecto invernadero.

Nuestros centros de producción están comprometidos con la operación Clean Sweep®, que garantiza las buenas prácticas de manipulación de los palets y el mantenimiento de las instalaciones industriales para evitar la dispersión de microplásticos.

Nuestra maquinaria está evolucionando hacia tecnologías que consumen menos energía y firmamos contratos de energía que contienen un mínimo del 25% de energía renovable (viento, agua, etc.). También nos comprometemos a reducir la cantidad de residuos.

Por último, nuestras empresas están comprometidas con el medio ambiente a diario a través de acciones concretas, en diversas formas: integración de plásticos reciclados en producción (Label MORE), recogida de plástico in situ, reutilización de palets para el transporte (PRS Green Label), impresión responsable de nuestros productos utilizando la tinta (Imprim’Vert) y muchos otros.

MIRIAM CUTILLAS Y MARÍA JOSÉ GALLEGO / Directora Comercial y Marketing, y responsable de Comunicación de Uvasdoce

“En uva, la tendencia se centra en los sabores y matices de cada una de las variedades”

A través del ‘Método Uvasdoce’, la empresa alicantina está actualizando su forma de trabajar la uva en campo y almacén. Con una producción centrada en la uva sin semilla, además de la calidad, Uvasdoce tiene claro que el camino a seguir es buscar diferentes sabores y matices para conquistar al consumidor. Ejemplo de ello es la línea la ‘Las Chuches de Uvasdoce’, dirigida a los más pequeños de la casa, que está siendo todo un éxito, no solo en España si no también en países como Inglaterra, Suecia, Francia, Suiza y Dubái.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué podemos avanzar del volumen de cosecha que presenta Uvasdoce para la temporada 2021-2022?

Miriam Cutillas. La próxima campaña esperamos un incremento en nuestra producción de un 15%-20% con un aumento de los kilos en variedades especiales como la Cotton Candy, la estrella de Las Chuches de Uvasdoce. Pasaremos de trabajar unos 5.000.000 kilos a 6.000.000 kilos.

Como novedad, entrará a nuestro abanico de variedades de uva sin semillas, una nueva variedad roja, llamada Timco, que pronto conoceréis más sobre ella.

VF. ¿Cuáles son las novedades, a nivel productivo, con las que llega la empresa este año?

MC. Uvasdoce se encuentra sumida en una actualización continua a nivel productivo. Desde hace años, a través del ‘Método Uvasdoce’, no paramos de actualizar nuestra forma de cultivar, de trabajar la uva en campo y en el almacén.

Además, actualmente se está implantando un nuevo Enterprise Resource Planning (ERP), a través de un partner tecnológico especializado en agricultura, que nos encamina hacia la agroindustria 4.0 y a la digitalización empresarial. Este sistema permite controlar, de inicio a fin, todos los procesos. Así mismo, se están adoptando nuevas formas de cultivo para mejorar los trabajos culturales, premiando la calidad de la uva.

VF. La producción de Uvasdoce se centra ya, al cien por cien, en variedades sin semilla, un fac-

tor clave en el mundo de la uva. Eliminadas las semillas, ¿cuáles son ahora las tendencias en torno a esta fruta?

MC. En Uvasdoce además de la calidad de nuestras uvas nos centramos en los sabores. Creemos que la tendencia se centra en los sabores y matices de cada una de las variedades que se cosechan. Por lo que cada año intentamos obtener variedades que además de ser fuertes para aguantar varios días en los lineales, tengan sabores que enamoren al consumidor, y una ‘crocancia especial’ (la sensación de la carne crujiente al morderla), brindándole una experiencia única a la vez que comen sano.

VF. En el plano comercial, ¿cómo evolucionan los porcentajes de ventas entre España y la exportación? ¿Cuáles son los objetivos marcados para esta campaña? ¿Qué mercados están en el punto de mira de la empresa?

MC. Seguimos en un 60% mercado nacional y 40% exportación. Entre nuestros objetivos, continuamos explorando otros mercados lejanos como Asia, Emiratos Árabes... Sin embargo, seguimos muy centrados en España y en el resto de Europa, donde nos queda mucho por hacer.

VF. La sostenibilidad, ese concepto tan de moda, ¿cómo se ha integrado en las estrategias productivas y comerciales de Uvasdoce?

MC. La sostenibilidad es una realidad y una necesidad de todos. En Uvasdoce llevamos años invirtiendo esfuerzos en mejorar los procesos productivos y de cultivo para disminuir nuestra huella de carbono.

El packaging es otro punto importante a reconvertir y transformar. Uvasdoce está rediseñando su catálogo de formatos en conso-

“El lanzamiento de la línea ‘Las Chuches de Uvasdoce’, dirigida a los más pequeños de la casa, está siendo un éxito”

“Seguimos trabajando en la revolución del plástico, eliminando nuestras referencias más plásticas, aunque reciclables, apostando por un packaging más sostenible y atractivo”

nancia con esta tendencia, eliminando referencias más plásticas, sustituyendo estas por materiales más sostenibles e interesantes. Y este cambio lo estamos haciendo con mucho más empeño en el catálogo de Nochevieja.

VF. ¿Qué podemos decir de las cifras de consumo de uva? ¿Cuáles son las estrategias de Uvasdoce para incrementar estas cifras?

María José Gallego. El consumo de uvas sin semillas ha incrementado de forma exponencial en los últimos años, convirtiéndose en una de las 10 frutas más consumidas del mercado. Sin embargo, entendemos que esa tendencia se estabilizará. Entre las estrategias que



María José Gallego y Miriam Cutillas en Fruit Attraction 2021. / UVASDOCE

Uvasdoce lleva a cabo para incrementar el consumo de uvas sin semillas, está dirigiéndose a públicos a los que no se dirigen otros productores, como a los consumidores más pequeños de la casa, que además serán nuestros futuros compradores.

El lanzamiento de la línea ‘Las Chuches de Uvasdoce’, dirigida a los más pequeños de la casa, está siendo un éxito. Además de conseguir estar presente en el mercado nacional, que fue sobre todo en el que se pensó para desarrollar la marca y los formatos, ha empezado a exportarse a otros países como Inglaterra, Suecia, Francia, Suiza y Dubái.

Estas variedades, las Candies, con sabores tan dulces y especiales, son todavía uvas de nichos pequeños, pero el consumidor empieza a conocerlas, y poco a poco empieza a aumentar el consumo, y con él, la penetración y popularidad de la divertida marca ‘Las Chuches de Uvasdoce’.

VF. ¿Cuáles están siendo las claves de la presente campaña de uva de mesa?

MC. Las claves, esta campaña, han estado sobre todo en la subida de precios de muchos materiales y procesos, como la gasolina, la luz, la mano de obra, el plástico o el cartón, y en la imposibilidad de poder, en muchos casos, defender el aumento de esos costes en los precios de mer-

cado, pese al aumento tan grande de la demanda en este producto. Aun así, hasta ahora el balance está siendo positivo, sobre todo por la calidad de la uva en campo, y porque en nuestra zona, hasta ahora, la meteorología nos ha respetado mucho.

Con la campaña de uva nacional, llegando a su fin, Uvasdoce está inmersa en la organización de la importación de uva para seguir abasteciendo a sus clientes los 12 meses del año, y, por supuesto, en la preparación del plato fuerte para nosotros, la Nochevieja. Buena parte del equipo de Uvasdoce está ya con los preparativos de la campaña de fin de año para que todos podamos despedir este 2021 y darle la bienvenida al 2022 como merece.

VF. ¿Con qué nos sorprenderá Uvasdoce en un futuro no muy lejano? ¿En qué están trabajando?

MJG. Uvasdoce nunca para. Entre nuestros planes a corto-medio plazo tenemos en marcha un nuevo proyecto que nos ilusiona mucho. Se trata de una nueva finca en la que no solo podrán recolectar y cuidar nuestras preciadas uvas, si no que también incluirá un nuevo negocio que dista mucho del actual y que no dejará a nadie indiferente. Además, seguimos trabajando en la revolución del plástico, eliminando nuestras referencias más plásticas, que aunque reciclables, vamos a introducir un packaging más sostenible y atractivo. Y por supuesto, continuamos desarrollando nuestro atrevido marketing que, sin duda, es una de las cosas que nos ha hecho diferenciarnos del resto.

uvasdoce
nochevieja

Este año con
más ilusión

@Uvasdoce facebook.com/Uvasdoce

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 21 de octubre de 2021, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	1,35
Aguacate	3,75
Almendra	7,50
Pomelo	1,00
Avellana	6,50
Caqui	1,20
Carambolas	4,00
Castañas	3,50
Cerezas	8,50
Cocos	0,50
Membrillo	1,00
Dátiles	6,50
Feijoa	4,00
Higo	1,50
Higos Chumbos	2,00
Frambuesa	0,60
Grosellas	0,80
Kiwis	1,80
Lichis	3,20
Lima	1,50
Limón	1,00
Fresa	3,00
Fresón	1,60
Granada	1,10
Mandarina Clementina	1,10
Satsuma	0,80
Otras	0,80
Mangos	1,40
Maracuyá	8,00
Melón Galia	0,45
Amarillo	0,70
Piel de Sapo	0,55
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	1,00
Verano	1,00
Invierno	1,00
Temprana	1,10
Piña	0,90
Pitahaya	9,00
Plátanos Canarias	1,60
Importación	0,90
Manzana Bicolor	0,80
Amarilla	0,70
Verde	0,80
Roja	0,90
Otras	1,30
Melocotón Amarillo	2,30
Rojo Pulpa Blanca	1,00
Rojo Pulpa Amarilla	0,90
Ciruela	1,70
Uva Blanca	1,40
Negra	1,30
Rambután	4,80
Sandía con semilla	0,50
Sin semilla	0,45
Naranja	1,10
Chirimoya	1,50
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	0,75
Redonda	1,60
Ajo Seco	2,40
Tiempo	0,60
Apio	0,45
Acelgas	0,70
Batata	0,50
Borraja	1,00
Brócoli	1,40
Brecol	2,60
Calçots	0,15
Calabaza	0,40
Calabacín	0,90

Cardo	0,75
Alcachofa	2,50
Cebolla Seca	0,25
Figuera	0,60
Tierna	0,60
Pepino	0,70
Col Repollo	0,70
Bruselas	0,90
Lombarda	0,50
China	0,70
Coliflor	1,10
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,40
Larga	0,65
Otras	0,40
Endibia	1,90
Escarola	1,00
Espárragos Blancos	9,00
Verdes	1,40
Espinaca	0,60
Haba	1,10
Hinojo	1,00
Perejil	0,45
Judía Bobi	2,00
Perona	2,50
Fina	3,00
Otras	1,50
Nabo	0,90
Zanahoria	0,40
Patata Blanca	0,45
Temprana	0,50
Roja	0,40
Pimiento Lamuyo	1,30
Verde	0,90
Rojo	2,30
Guisante	1,80
Puerro	1,15
Rábano	0,50
Remolacha	0,80
Tomate Maduro	0,80
Verde	1,00
Chirivía	1,00
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	3,50
Rovellón-Níscalo	8,00
Champiñón	1,80
Otras Setas	10,00
Maíz	0,60
Pera Blanquilla	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 19 al 22 de octubre de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Limones	0,80
Mandarinas	0,70
Manzana Golden	0,95
Melocotones Amarillos	2,90-2,70
Melón Piel de Sapo	0,65
Naranja	0,90
Pera Blanquilla	1,20
Plátanos	1,45
Uva Moscatel	1,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Cebollas Grano de Oro	0,32
Coliflor	0,80-0,70
Judías Verdes	2,40-2,10
Lechugas	0,66
Patatas Calidad	0,27
Pimientos Verdes	1,25-1,35
Tomate Verde	1,80-1,60
Zanahoria	0,45

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 11 al 17 de octubre de 2021. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,76
Almendras	8,25
Caqui Pérsimo	1,44

Castaña	3,99
Ciruela	1,33
Chirimoya	1,46
Dátil	8,00
Fresa / Fresón	6,75
Granada	1,29
Higo Fresco	3,75
Kiwi / Zespri	3,22
Lima	1,88
Limón	1,03
Mandarina Clementina	
Fortuna / Nardocott	1,18
Satsuma / Ckitsu / Clausellina / Rufina / Chupi	0,96
Clemenules	1,53
Oronules	1,50
Mango	1,56
Manzanas O.V. / Pink Lady	2,28
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,19
Royal Gala / Cardinale	1,00
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,41
Granny Smith	1,38
Starking / R. Chief / Gloster / Galaxia	1,09
Verde Doncella	2,35
Melocotón / Baby Gool	2,45
Melón / Galia / Coca	0,69
Membrillo	0,88
Mora	17,60
Naranja Navel	1,25
Valencia Late / Miaknight	0,99
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,45
Navelina	1,25
Nectarina	1,24
Nuez	4,33
Papaya	3,20
Pera Blanquilla o Agua	1,28
Ercolini / Etrusca	1,36
Conferencia / Decana	1,26
Limonera	1,11
O.V. / General Lecler / Nashi	
Red Sensation / Topea	1,50
Piña	1,08
Plátano	1,54
Banana	0,86
Pomelo / Rubi Start	1,22
Sandía	0,48
Uva	1,93
Otros Frutos Secos	10,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,86
Ajo Seco	2,77
Ajo Tierno / Ajete	8,00
Alcachofa	1,96
Apio	1,07
Boniato / Batata	1,19
Berenjena	0,85
Brócoli / Brecol	1,90
Calabacín	0,79
Calabaza / Marrueco	0,73
Cebolla / Chalota	0,48
Cebolleta	1,00
Champiñón	2,01
Col Repollo	0,59
Lombarda	0,76
China	1,20
Coliflor / Romanesco	1,10
Endivia	2,35
Espárrago Verde	5,80
Espinaca	1,57
Haba Verde	4,20
Judía Verde Fina (Brasileña)	2,86
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	1,99
Lechuga O.V.	0,63
Cogollo	1,85
Iceberg	0,73
Nabo	1,89
Pepino	0,82
Perejil	1,38
Pimiento Verde	0,89
Pimiento (Asar)	1,44
Puerro	1,10
Rábano / Rabanilla	1,89
Remolacha	1,40
Seta	3,74
Tagarina / Cardillo	2,49
Tomate O.V.	1,30
Cherry	2,88

Daniela	1,14
Zanahoria	0,68
Hierbabuena	1,50
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,47
Añeja	0,37

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 18 al 22 de octubre de 2021, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	2,95
Aguacate Hass	8,95
Fuerte	6,35
Otras Variedades	5,45
Almendra	1,50
Cacahuete	1,65
Carambola	2,95
Castaña	5,20
Chirimoya Otras Variedades	3,32
Ciruela Otras Familia Black, Roja	1,15
Golden Japan y Songold	1,15
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nour	2,35
Fresón Otras Variedades	11,95
Granada Otras Variedades	1,68
Guayaba Otras Variedades	1,75
Higo Chumbo	1,85
Verdal	4,95
Seco	3,45
Caqui Otras Variedades	2,03
Rojo Brillante o Persimón	2,05
Kiwi Kiwigold	4,75
Pulpa Verde	3,72
Limón Fino o Primafiori	1,10
Otras Variedades	1,45
Verna	1,45
Mandarina Clemenate	1,83
Clemenvilla o Nova	1,45
Ortanique	1,45
Clemenule	1,45
Manga Kent	3,25
Mango Tommy Atkins	1,95
Manzanas Fuji	1,70
Golden	1,46
Royal Gala	1,69
Granny Smith	1,45
Otras Variedades	1,65
Starking o Similares	1,75
Melón Piel de Sapo y Similares	1,48
Amarillo	1,75
Galia	1,95
Otras Variedades	1,90
Membrillo Común	1,75
Naranja Navel	1,25
Valencia Late	1,40
Otras Variedades	0,93
Navelina	1,25
Navel Late	1,25
Lane Late	1,25
Nuez	4,95
Papaya Grupo Solo y Sunrise	1,95
Papayón (2-3 kg/ud)	1,89
Pera Conferencia	1,25
Otras Variedades	1,45
Ercolini / Morettini	1,43
Limonera	1,55
Piña Golden Sweet	4,95
Plátanos Canarias Primera	0,97
Canarias Segunda	0,86
Canarias Extra	1,17
Pomelo Rojo	1,35
Amarillo	1,45
Sandía Sin Semilla	0,67
Con Semilla	0,95
Uva Blanca, Otras Variedades	1,86
Negra, Otras Variedades	2,03
Red Globe, Roja	1,90
Frutas IV Gama	7,25
Resto de Frutas	0,95
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	1,45
Ajo Morado	3,75
Blanco	2,42
Tiempo o Ajete	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95

Apio Verde	1,80
Amarillento	1,05
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	1,19
Berros	1,37
Boniato o Batata	1,25
Brócoli, Brecol o Brócoli	2,51
Calabacín Blanco	0,92
Verde	0,55
Calabaza de Verano	0,39
De Invierno	0,30
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,91
Morada	0,85
Recas o Similares	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna	1,20
Col China o Pekinensis	0,95
Lombarda o Repollo Rojo	1,49
Repollo Hojas Rizadas	0,60
De Bruselas	3,95
Coliflor	2,17
Endivia	0,95
Escarolas Rizada o Frisée	1,62
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Haba Verde o Habichuela	2,00
Hinojo	2,45
Judía Verde Boby	1,32
Verde Otras Variedades	2,88
Verde Elda	4,95
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,37
Maíz o Mollo	0,41
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	1,01
Rojo Lamuyo	1,46
Verde Italiano	1,52
Verde Padrón	1,89
Puerro	0,87
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	1,48
Liso Rojo Canario	1,00
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	1,28
Jengibre	2,25
Ñame o Yame	3,45
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,55
Hortalizas IV Gama	5,50
V Gama	7,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel)	Euros/kg
Blanca, Otras Variedades	0,96
Blanca Spunta	1,37
Otras Variedades	1,15
Roja Otras Variedades	0,95

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 19 al 22 de octubre de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Limones	1,10
Mandarinas	1,70
Manzana Golden	1,10
Roja	1,00
Melocotones Amarillos	2,05
Melón Piel de Sapo	1,10
Naranja	0,95
Pera Blanquilla	1,30
Plátanos	1,50
Uva Moscatel	1,65
HORTALIZAS	Euros/kg
Cebollas Grano de Oro	0,25
Coliflor	0,75
Judías Verdes	2,80
Lechugas	0,70
Patatas Calidad	0,33

MERCADOS NACIONALES

Comunes	0,25
Pimientos Verdes.....	1,60
Tomates Verdes.....	1,50
Zanahorias	0,45

Mercamurcia

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 18 de octubre de 2021. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte.....	2,80
Hass.....	2,15
Otras Variedades.....	1,90
Castaña.....	3,00
Chirimoya Fina de Jete.....	1,75
Otras Variedades.....	1,50
Ciruelas Otras Familia Black.....	0,80
Otras Variedades.....	0,90
Coco en Seco (caja 10-14 p).....	0,80
Dátil Deglet Nour.....	2,65
Otras Variedades.....	4,75
Fresón Otras Variedades.....	4,40
Granada Mollar de Elche.....	0,85
Guayaba o Cas.....	1,75
Higo Chumbo.....	2,75
Caqui Otras Variedades.....	1,25
Kiwi Pulpa Verde.....	2,00
Otras Variedades.....	1,80
Lima Mejicana (Ácida).....	1,80
Limón Fino o Primafiori.....	0,50
Mandarina Otras Variedades.....	1,00
Mango Haden.....	1,80
Tommy Atkins.....	1,90
Otras Variedades.....	1,70
Manzanas Golden.....	0,95
Starking o similares.....	0,95
Granny Smith.....	1,25
Royal Gala.....	0,95
Otras Variedades.....	1,20
Reineta.....	1,20
Melocotón Otras Variedades.....	1,80
Melón Piel de Sapo (y similares).....	0,50
Membrillo Común.....	0,75
Naranja Navel.....	0,65
Valencia Late.....	0,55
Navel Late.....	0,80
Nectarina Otras Variedades.....	0,95
Nuez.....	3,50
Papaya Otras Variedades.....	1,90
Solo o Sunrise.....	2,80
Pera Conferencia.....	0,90
Ercolini / Morettini.....	1,10
Agua o Blanquilla.....	0,95
Piña Golden Sweet.....	0,85
Otras Variedades.....	0,75
Pitahaya Amarilla.....	3,75
Plátanos Canarias Extra.....	1,70
Canarias 1ª.....	1,40
Canarias 2ª.....	1,15
Americano o Banana.....	0,85
Macho.....	1,50
Pomelo Rojo.....	0,65
Sandía Sin Semilla.....	0,35
Uva Sin Semilla Blanca.....	1,10
Red Globe.....	1,25
Sin Semilla Negra.....	1,25
Italia.....	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas, Verde.....	0,45
Ajo Blanco.....	2,20
Morado.....	2,15
Otras Variedades.....	2,25
Tiero o Ajete.....	2,80
Alcachofa Otras Variedades.....	1,80
Apio Verde.....	0,50
Berenjena Morada.....	0,85
Otras Variedades.....	0,75
Boniato o Batata.....	0,65
Brócoli/Brecol.....	0,80
Calabacín Verde.....	0,65
Calabaza De Verano.....	1,10
De Invierno.....	0,75
Otras Variedades.....	0,65
Cardo.....	0,95
Cebolla Grano de Oro o Valenciana.....	0,30
Babosa.....	0,25
Morada.....	0,35
Blanca Dulce de Ebro.....	0,65
Francesa o Echalote.....	0,65
Cebolleta o Cebolla Tierna.....	0,75
Chirivía.....	0,95
Col Repollo Hojas Rizadas.....	0,75
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,55
Coliflor.....	1,40
Endivia.....	2,00
Escarola Rizada o Frisée.....	0,90
Lisa.....	1,00
Espárrago Verde o Triguero.....	2,90
Espinaca.....	0,90
Judía Verde Fina.....	4,25

Boby.....	2,80
Perona.....	2,80
Lechuga Romana.....	0,40
Iceberg.....	0,55
Cogollo.....	0,75
Hoja de Roble.....	1,40
Lollo Rosso.....	1,40
Otras Variedades.....	0,25
Maíz o Millo.....	0,70
Nabo.....	0,95
Pepino Corto o Español.....	0,80
Perejil.....	0,75
Pimiento Verde Italiano.....	1,00
Rojo Lamuyo.....	1,10
Verde Padrón.....	2,20
Puerro.....	0,75
Rábano y Rabanilla.....	1,40
Remolacha Común o Roja.....	0,55
Seta Champiñón.....	1,75
Girgola o Chopo.....	3,25
Tomate Liso Rojo Daniela/Royesta.....	0,90
Liso Rojo Rama.....	1,30
Rojo Pera.....	1,00
Cherry.....	1,30
Verde Rambo.....	1,10
Liso Rojo Canario.....	0,90
Verde Mazarrón.....	1,20
Kumato.....	2,20
Muchamiel.....	1,80
Otras Variedades.....	1,20
Asurcado Verde Raf.....	3,50
Granada Zafarraya.....	1,10
Zanahoria o Carlota en Rama.....	0,65
Carlota Nantesa.....	0,45
Jengibre.....	2,40
Ñame o Yame.....	1,25
Ocra o Quimbombó.....	1,80
Tamarillo Otras Variedades.....	4,50
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	2,80
Hortalizas IV Gama.....	2,40
PATATAS	Euros/kg
Nuevas.....	0,48
Blanca Agría.....	0,48
Rojas Otras Variedades (Granel).....	0,48
Granel: Saco industrial Ubeda o malla Rachel (s/cliente) de 15, 20 ó 25 kg. Envase retornable. Confeccionada: Lavada y embolsada en distintos formatos.	

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 19 al 22 de octubre de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Limones.....	1,05-1,10
Mandarinas.....	1,00-0,85
Manzana Golden.....	1,20
Roja.....	1,00-1,05
Melocotones Amarillos.....	1,70-1,60
Melón Piel de Sapo.....	0,75-0,85
Pera Blanquilla.....	1,30
Naranja.....	0,90
Plátanos.....	1,35-1,75
Uva Moscatel.....	1,50-1,55
HORTALIZAS	Euros/kg
Cebollas Grano de Oro.....	0,30-0,29
Coliflor.....	0,83-0,80
Judías Verdes.....	1,65-1,75
Lechugas.....	0,60-0,65
Patatas Calidad.....	0,50
Comunes.....	0,35-0,36
Pimientos Verdes.....	0,75-0,85
Tomates Verdes.....	1,40-1,00
Maduros.....	1,40-1,00
Zanahorias.....	0,58-0,57

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 18 al 24 de octubre de 2021, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates Hass (local).....	4,50
Fuerte (local).....	4,50
Brevas (local).....	3,00
Caquis (no local).....	2,10
(local).....	1,50
Castañas (no local).....	4,10
(local).....	6,00
Ciruelas Moradas (no local).....	1,60
Cocos (no local).....	0,90
Chirimoyas (no local).....	2,60
(local).....	2,00
Fresones (local).....	12,00
Granadas (local).....	2,00
(no local).....	2,00
Higo Negro (local).....	2,50
Limón Común (local).....	1,30
Primofiori (no local).....	1,10

Mandarinas Otras (no local).....	2,30
Otras (local).....	1,40
Manzanas Golden (no local).....	1,00
Royal Gala (no local).....	1,60
Reineta (local).....	1,80
Fuji (no local).....	2,10
Otras (no local).....	2,40
Otras (local).....	1,40
Granny Smith (no local).....	1,70
Melocotón Amarillo (no local).....	2,70
Melones Piel de Sapo (local).....	0,70
Piel de Sapo (no local).....	0,75
Galia (local).....	1,20
Membrillo (local).....	2,00
(no local).....	1,90
Naranja Zumó Pequeña (local).....	0,80
Extra Grande (local).....	1,20
Valencia Late (no local).....	1,05
Peras Otras (local).....	1,20
Conference (no local).....	1,30
Devove (no local).....	1,40
Ercoline (no local).....	1,50
Lima (local).....	2,20
(no local).....	1,80
Piña Tropical (local).....	3,00
Tropical Dulce (no local).....	5,50
Tropical Dulce (local).....	6,00
Plátanos Extra (local).....	1,15
Primera (local).....	0,80
Segunda (local).....	0,60
Pomelos (no local).....	1,70
(local).....	1,00
Sandías (local).....	0,60
(no local).....	1,00
Sin Pepita (local).....	0,65
Sin Pepita (no local).....	1,00
Uvas Otras Blanca (local).....	2,50
Otras Blanca (no local).....	1,90
Red Globe (no local).....	1,95
Otras Negras (local).....	2,50
Papaya Hawaiana (local).....	2,00
Cubana (local).....	1,60
Híbrida (local).....	1,80
Guayabos (local).....	2,50
Mangos (local).....	1,80
Mangos (local).....	2,30
(no local).....	2,50
Kiwi (no local).....	2,00
Kiwano (local).....	1,50
Duraznos Pequeños (local).....	1,50
Higos Picos (local).....	1,20
Parchita (local).....	2,00
Litchis (local).....	6,50
Pitaya Roja (local).....	4,50
Carambola (local).....	2,00
Arándanos (no local).....	14,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelgas (local).....	0,90
Ajos (no local).....	2,60
Albahaca (local).....	7,50
Apio (local).....	2,00
(no local).....	1,00
Berenjenas Moradas (local).....	1,20
Moradas (no local).....	1,20
Bubangos (local).....	1,80
Calabacines (local).....	0,90
(no local).....	1,00
Redondos (local).....	0,90
Zucchini (local).....	1,00
Zucchini (no local).....	1,00
Calabazas (local).....	0,40
Cebollas Cebolletas (local).....	2,00
Blancas (no local).....	0,60
Blancas (local).....	0,80
Moradas (local).....	1,20
Moradas (no local).....	1,10
Coles Repollo (local).....	0,70
Lombarda (local).....	1,60
Lombarda (no local).....	1,90
Coliflor (local).....	2,20
Champiñón (no local).....	2,10
Endivias (no local).....	2,50
Escarolas (local).....	0,70
Espárragos Trigueros (local).....	10,00
Espinacas (local).....	4,00
Habas Verdes (local).....	2,20
Habichuelas.....	
Redondas Boby (local).....	2,00
Redondas Boby (no local).....	2,00
Coco Planas (local).....	2,00
Lechugas Batavia (local).....	2,20
Romanas Alargadas (local).....	1,80
Iceberg (local).....	2,60
Cogollos de Tudela (local).....	6,00
Hoja de Roble (local).....	1,80
Lollo Rosso (local).....	1,65
Nabos (local).....	2,00
Colinabos (local).....	2,00
Pepinos (local).....	0,40
(no local).....	1,10
Perejil (local).....	2,60

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 11 al 17 de octubre de 2021. Precios origen. Semana 41/2021.

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

LIMÓN

Limón Fino 1 Corte: 0,42-0,48 €/Kg

Continúa el difícil arranque de campaña provocado por la acumulación tardía en **Europa** de **limón de Argentina y África del Sur**. Esta situación ha generado retraso en el inicio de recolección en **España** y presión a la baja de precios en origen y destino. Actividad de recolección y contratación en **España** bajo mínimos, a la espera de que el panorama se aclare. La oferta total, fundamentalmente de **limón** de Hemisferio Sur, sigue siendo importante una semana más. De hecho, a pesar del descenso gradual de los volúmenes sudafricanos y argentinos, las llegadas acumuladas en la semana 41 siguen siendo un 16% superiores a las medias de los últimos 4 años. Por otra parte, los retrasos en los fletes y la congestión portuaria en **Holanda** están ralentizando la descarga de los últimos contenedores que han llegado. Mientras tanto, **España** trata de iniciar con ritmo su campaña de **limón** nuevo y fresco de la variedad **Fino**, y su presencia por fin aparece a partir de esta semana gradualmente en los supermercados. En paralelo, la oferta del hemisferio sur se liquida en el mercado mayorista a precios de derribo. Os recordamos que todas las acciones de promoción e información son posibles gracias a la campaña de promoción de LIMÓN DE ESPAÑA que apoya la UE. Toda la info 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: 0,25-0,32 €/Kg

El mercado del **pomelo** se encuentra en calma total. La oferta total en el mercado europeo es actualmente limitada. Los últimos lotes de **pomelos** procedentes de **Sudáfrica** están liquidándose. Mientras tanto, en relación con **Méjico**, debido a las malas condiciones meteorológicas y a los retrasos en los fletes, las llegadas de **pomelo** mejicano son escasas. Por la parte del Mediterráneo, los volúmenes israelíes van llegando poco a poco. Mientras tanto, la demanda supera temporalmente a la oferta y las ventas son fluidas en los mercados minoristas y mayoristas. Ya la semana que viene se espera que lleguen al mercado los primeros volúmenes de **pomelos** españoles y turcos. Por lo tanto, para noviembre se espera que la oferta haya aumentado considerablemente y que el delicado equilibrio entre la oferta y la demanda se vea afectado.

Pimientos Verdes (local).....	1,00
Rojos (local).....	1,50
Rojo (no local).....	1,50
Padrón (local).....	2,20
Amarillo (local).....	1,40
Amarillo (no local).....	1,85
Puerros (local).....	1,30
(no local).....	1,20
Rabanillas (local).....	1,00
Rábanos (local).....	2,00
Romero (local).....	15,00
Rúcula (local).....	4,80
Setas (no local).....	5,50
Tomates Pera (local).....	2,50
Pera (no local).....	1,80
Salsa (local).....	1,50
Salsa (no local).....	1,60
Ensalada (local).....	2,10
Ensalada (no local).....	1,80
Cherry (local).....	3,50
Cherry (no local).....	2,50
Tamarillo (local).....	2,50
Tomillo (local).....	7,50
Zanahorias Segunda (no local).....	0,60
Segunda (local).....	1,20
Primera (local).....	1,90
Primera (no local).....	1,50
Batatas Otras (no local).....	1,30
Yema Huevo (local).....	1,50
Lanzarote (no local).....	1,10
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).....	2,80
Piña Millo Dulce (local).....	2,10
(no local).....	3,00
Ñames (local).....	5,50
Yuca (no local).....	2,50
Jengibre (no local).....	3,00
Pantanas (local).....	1,00
Hinojo (local).....	1,60
(no local).....	1,60
Piña de Millo (local).....	1,80
(no local).....	2,10
Brecol (local).....	3,40
Hierba Huerto (local).....	4,50
PATATAS	Euros/kg
Patatas.....	
Otras Blancas (no local).....	0,70
Otras Blancas (local).....	0,90
Up to Date (local).....	1,00

King Edward (local).....	1,00
King Edward (no local).....	0,80
Cara (local).....	0,55
Bonita (local).....	4,50
Rosada (local).....	0,90
Negra (local).....	5,00
Spunta (local).....	0,70
Picasso (no local).....	0,68
Negra Oro (local).....	5,00
Slaney (local).....	0,85
Red-Cara / Druid (local).....	0,60
Galáctica (local).....	0,70
Rooster (local).....	1,30

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 19 al 22 de octubre de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Limones.....	1,00
Mandarinas.....	1,00-0,80
Manzana Golden.....	0,70
Roja.....	0,60
Melocotones Amarillos.....	1,50-2,00
Melón Piel de Sapo.....	0,50-1,60
Pera Blanquilla.....	0,80-1,25
Plátanos.....	1,10-1,25
Uva Moscatel.....	1,25-1,80
HORTALIZAS	Euros/kg
Cebollas Grano de Oro.....	0,25
Coliflor.....	0,65-0,45
Judías Verdes.....	3,00-2,00
Lechugas.....	0,35
Patatas Calidad.....	0,36
Comunes.....	0,24
Pimientos Verdes.....	1,00-0,90
Tomates Verdes.....	1,20-0,90
Zanahorias.....	0,45

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 22 de octubre de 2021, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.).....	1,30
Coco.....	0,90
Kiwi.....	1,25
Limón.....	0,95
Manzana Royal Gala.....	0,70
Golden.....	0,60
Melón Galia.....	0,90
Membrillo.....	0,70
Pera.....	0,70

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 42, del 12 al 18 de octubre 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	0,15-0,21	Valencia
Owari	0,17-0,19	Valencia
Owari	0,15-0,21	L. Valencia
CLEMENTINAS		
Clemenrubi	0,55-0,65	Alicante
Clemenrubi	0,42-0,47	Castellón
Clemenrubi	0,42-0,55	Valencia
Clemenrubi	0,38-0,64	L. Valencia
Clemenules	0,28-0,34	Alicante
Clemenules	0,30-0,35	Castellón
Clemenules	0,25-0,34	Valencia
Clemenules	0,25-0,42	L. Valencia
Marisol	0,33	Alicante
Marisol	0,30-0,35	Castellón
Marisol	0,23-0,32	Valencia
Marisol	0,25-0,34	L. Valencia
Orogrande	0,31-0,33	Alicante
Orogrande	0,33	Castellón
Orogrande	0,25-0,42	L. Valencia
Orunules	0,50-0,60	Alicante
Orunules	0,50-0,62	Castellón
Orunules	0,34-0,55	Valencia
Orunules	0,38-0,59	L. Valencia
Arrufatina	0,33-0,39	Castellón
Arrufatina	0,25-0,35	Valencia

Arrufatina	0,30-0,38	L. Valencia
OTRAS MANDARINAS		
Clemenvilla	0,28-0,35	Alicante
Clemenvilla	0,28-0,34	Valencia
Clemenvilla	0,28-0,35	L. Valencia
NARANJAS		
Navelina	0,16-0,21	Alicante
Navelina	0,16	Castellón
Navelina	0,15-0,21	Valencia
Navelina	0,15-0,21	L. Valencia
LIMÓN		
Primofiori	0,40-0,47	Alicante
Fino	0,28-0,30	Alicante
POMELO		
Rojo	0,20-0,30	Alicante
FRUTAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Caqui Rojo Brillante	0,25-0,30	Valencia
Granada Valenciana	0,46-0,51	Alicante
Mollar	0,64-0,71	Alicante
Manzana Gala	0,51	Alicante
Golden	0,54	Alicante
Starking	0,83	Alicante
Fuji	1,07	Alicante
Uva de Mesa Aledo	0,70-0,80	Alicante
HORTALIZAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,45-0,50	Alicante

Apio Verde	0,32-0,35	Alicante
Berenjena Rallada	0,26-0,86	Alicante
Rallada	0,70	Castellón
Boniato Rojo	0,28-0,36	Alicante
Blanco	0,51-0,61	Alicante
Calabacín	0,28-0,42	Alicante
Blanco	0,40-0,45	Castellón
Blanco	0,60-0,90	Castellón
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,22-0,30	Alicante
Tipo Cacahuete	0,30-0,45	Castellón
Redonda	0,60-0,85	Castellón
Col Repollo Hoja Lisa	0,19-0,22	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,23	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,47-0,53	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,23-0,43	Castellón
Coliflor Blanca	0,30-0,67	Castellón
Blanca	0,65-0,87	Valencia
Habichuela Blanca	2,55-4,50	Castellón
Roja	0,85-1,30	Castellón
Lechuga Maravilla	0,40-0,56	Castellón
Romana	0,20-0,35	Castellón
Romana	0,26-0,35	Valencia
Trocadero	0,44-0,64	Castellón
Patata Blanca	0,27-0,43	Alicante
Pepino Blanco	0,50-0,69	Alicante
Blanco	0,85-1,00	Castellón
Pimiento Dulce Italiano	0,52-0,77	Alicante

Dulce Italiano	0,55-0,90	Castellón
Tomate Acostillado	0,94-1,49	Alicante
Redondo Liso	0,08-1,50	Castellón
Pera	0,77-0,85	Castellón
Raff	1,49	Castellón
Valenciano	2,13	Castellón
FRUTOS SECOS		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	4,06-4,16	Alicante
Comuna	3,80-4,00	Castellón
Comuna	3,80	Valencia
Largueta	5,11-5,21	Alicante
Marcona	6,96-7,06	Alicante
Marcona	6,80-7,20	Castellón
Marcona	6,80	Valencia
Planeta	4,06-4,16	Alicante
INDUSTRIALES		
<i>(Entrada almacén. Cotización más frecuente)</i>		
ACEITE Oliva Lampante >2°	2,75-2,95	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	3,15-3,20	Castellón
Oliva Virgen Extra	3,25-3,40	Castellón
Garrafa Entera	0,90-1,17	Castellón
Miel		
De Flor de Naranja	3,80	Castellón
De Milflores	3,20-3,40	Castellón
De Romero	3,80-4,00	Castellón

Conferencia	0,65
Piña	0,95
Plátano de Canarias	0,90
Papaya	1,30
Uva Blanca	1,40
Roseti	1,30
VERDURAS Y HORTALIZAS	
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	
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 41, del 11 al 17 de octubre de 2021, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Tarragona	
Acelga	0,47
Lechuga Romana	0,15
Escarola	0,42
Judía Plana	0,83
Tomate	65,00
El Llobregat	
Apio	0,45
Acelga	0,80
Calabacín	0,55
Cebolla Tierna	0,60
Pepino	0,60
Lechuga Romana	0,50
Judía Tierna Perona	3,20
Zanahoria	0,50
Puerro	0,90
Tomate Híbrido	1,40
El Maresme	
Ajo Tierno (manejo)	0,65
Apio	0,50
Acelga	0,70
Calabacín	0,45
Cebolla Tierna (manejo)	0,60
Pepino	0,55
Lechuga Romana (unidad)	0,50
Hoja Roble (unidad)	0,50
Perejil (manejo)	0,35
Judía Tierna Perona	3,30
Zanahoria (manejo)	0,65
Puerro	0,55
Tomate Híbrido	0,70
<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 21 de octubre de 2021. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª	159,00
Rama campo 2ª	120,00
AVENA	
Avena Blanca	220,00
Rubia	227,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada Pienso -62 kg/hl	247,00
Pienso +62 kg/hl	252,00
CENTENO	
Centeno	234,00
GIRASOL	
Pipa Alto Oléico	526,00
Pipa de Girasol	521,00
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	270,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	455,00
Duro Proté=12%	450,00
Extensible Chamorro	268,00
Forrajero	260,00
Gran Fuerza w 300	295,00
Media Fuerza w -300	284,00
Panificable	265,00
Triticales	248,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	275,00
Yero Grano	232,00

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 19 de octubre de 2021. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	182,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	275,00
CENTENO	
Centeno	266,00
COLZA	
Importación 34/36%	313,00
GARROFA	
Harina	128,00
Troceada	140,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	270,00
GIRASOL	
Importación 34%	S/C
Semillas de Girasol	580,00
Torta de Girasol	S/C
Importación 28/3	23,00
MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación	298,00
Importación	277,00
Importación CE	275,00
MIJO	
Importación	450,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%	405,00
Harina	
Soja Nacional 47%	405,00

Aceite	
Crudo de Soja	1.300,00
Salvados de Soja	228,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	200,00
Forrajero	286,00
Panificable, mín. 11	299,00
Triticales	289,00
FRUTOS SECOS	
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	6.900,00
PIÑÓN	
Castilla	65.000,00
Cataluña	64.500,00
LEGUMBRES	
GUISANTE	
Forrajero	314,00
Forrajero Importación	S/C
ACEITE	
Palmiste Importación	236,00
Crudo de Palma	1.270,00

Lonja de Binefar

Información de precios orientativos de los cereales, acordados como más representativos, referidos al 20 de octubre de 2021. Sobre camión con destino fábrica, posición Binefar.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz	265,00
Cebada 64 k/hl	268,00
Trigo	
Pienso	286,00
Panificable	296,00
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 14 de octubre de 2021. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	494,00
Grupo 2	489,00
Grupo 3	S/C
Grupo 4	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	256,00
Grupo 4	254,00
Grupo 5	254,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale	S/O
Cebada	239,00
Avena	239,00

Maíz	249,00
Sorgo	S/C
Habas	S/O
Colza	S/C
Guisantes	S/O
Girasol Alto Oleico	530,00
Girasol	520,00
<i>Próxima sesión 28 de octubre 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 partididor. Acta de la sesión del 21 de octubre 2021. Precios orientativos agricultor en destino.	
ALMENDRAS	
Belona	5,40
Soleta	4,00
Floración Tardía Monovarietal	4,00
Guara	S/C
Antoñeta	S/C
Constantí	S/C
Comuna Tradicional (máx. 0,2)	3,90
Ecológica	S/C
<i>Próxima sesión el 4 de noviembre de 2021.</i>	

Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del 21 de octubre de 2021. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partididor, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona	7,12
Largueta	5,34
Comuna	3,99
Ferragnes	4,55
Garrigues	4,95
Guara	4,11
Ramillete	4,96
Comuna Ecológica	8,86

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 20 de octubre de 2021, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	256,00
Cebada	246,00
Triticale	246,00
Centeno	233,00
Avena	230,00
Maíz	S/C
GIRASOL	
Girasol	240,00
Girasol Alto Oleico	545,00
ALUBIAS	
Canela	1,35
Negra	3,20
Palmeña Redonda	1,60
Planchada	1,35
Plancheta	1,65
Pinta	1,00
Riñón de León	1,20
Redonda	1,15
PATATAS	
Agria	140,00
Jaerla	120,00

Kennevec	160,00
Red Pontiac	160,00
Red Scarlett	70,00
Hermes	140,00
Yona	70,00
FORRAJES	
Alfafa Paquete Rama	156,00
Alfafa Paquete Deshidratado	245,00
Paja 1ª (Cebada)	23,00
Veza Forraje de 1ª	130,00
Forraje	10,00

Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 18 de octubre de 2021, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS GRANO	
Comuna Ecológica	8,35
Comuna	3,05
Común	3,80

MERCADOS NACIONALES

Girasol.....	520,00
Paja Empacada.....	23,00
Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl.....	248,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 19 de octubre de 2021. Origen almacén agrícola con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1.....	S/C
Grupo 2.....	S/C
Grupo 3.....	287,00
Grupo 4.....	S/C
Grupo 5, Pienso	S/C
Pienso Importación	285,00
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	522,00
Grupo 2.....	518,00
Grupo 3.....	514,00
Grupo 4.....	510,00
Triticale Nacional.....	S/C
Importación.....	280,00
Avena Importación.....	262,00
Nacional.....	S/O
Cebada, Igual y más de 64	S/O
Menos de 64.....	S/O
Importación Origen Puerto.....	280,00
Maíz Importación origen Puerto.....	273,00
Nacional.....	275,00
Habas Nacional.....	S/O
Importación.....	355,00
Guisantes Nacional	S/O
Importación.....	316,00
Girasol Alto oleico +80%.....	570,00
Convencional	560,00
Colza.....	S/O

Próxima sesión 2 de noviembre de 2021.

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 22 de octubre de 2021. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2021-2022).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero	275,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	260,00
Pienso -62 kg/Hl	254,00
AVENA	
Rubia	226,00
Pienso	226,00
TRIGO	
Duro Pr>12.....	490,00
Pienso +72 Kg/Hl.....	268,00
Fuerza +300w +14 pr	310,00
Fuerza -300 +12,5 pr	295,00
Panificable Pr>11, W<200	280,00
Chamorro.....	295,00
Triticale.....	263,00
Centeno.....	259,00
Yeros.....	260,00
Garbanzo sin limpiar.....	460,00
Veza.....	290,00
Guisante	267,00

NOTA: Continúa la revolución en el mercado de los cereales. La tendencia alcista de los precios en el panorama internacional y la continuada retención de mercancía por parte del sector productor, provoca nuevamente importantes subidas en las cotizaciones de los cereales. Próxima reunión el viernes 29 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 18 de octubre de 2021. Campaña 2021-2022.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	0,16-0,23
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.....	Sin Operaciones

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 11 al 17 de octubre de 2021.

CEREALES

■ **De invierno:** En los secanos se van sucediendo las labores necesarias para acondicionar el terreno a las próximas siembras de los cereales de invierno. Antes de la siembra se espera que se produzcan las lluvias suficientes y que las temperaturas muestren más consonancia con la estación otoñal en la que estamos. ■ **De primavera:** n el cultivo del arroz, el tiempo seco y caluroso favorece la maduración del arroz cuya recolección se ha generalizado. En Sevilla, se encuentra ya muy avanzada, sobre todo en la margen izquierda. Los rendimientos están siendo, en general, buenos este año, entre 8.500 y 9.500 kg/ha. Estos resultados se deben, en parte al menos, al hecho de que al haberse sembrado tan solo la mitad de la superficie por la escasez de agua, se han descartado mayoritariamente las parcelas situadas en las zonas regables más cercanas a la desembocadura y que reciben el agua con peor calidad. Tras la recolección se procede, en algunos casos, a la quema de los rastrojos conforme al procedimiento habilitado para facilitar que se realice en condiciones óptimas y a continuación a dar las labores de fanguero. En Cádiz, se estima ya recolectada el 45-50% de la superficie del arroz. Esta campaña se ha sembrado un 30% menos de superficie que la anterior, pasándose de las 2.200 ha de 2020 a las 1.552 ha de este 2021. De seguir así la actual meteorología, en unos 7-10 días estará todo el arroz cosechado.

CULTIVOS INDUSTRIALES

La recolección del algodón avanza muy deprisa, el tiempo seco de este mes de octubre favorece la maduración, el secado de la fibra y la progresión de la cosecha sin demoras de los algodones. La recolección en Cádiz se encuentra al 60-80% finalizada, en Córdoba, en la Campiña Baja al 90% y en la Campiña Alta al 70%, en Jaén, al 60-80%, siendo la comarca de la Loma donde se registran los mejores rendimientos y en Sevilla, al 80%, en esta última provincia los rendimientos están siendo inferiores en general a los de la campaña anterior debido a la precaria campaña de riego que han sufrido muchas parcelas, pero la calidad y el precio de la fibra están resultando interesantes. Tras la recolección se desbrozan las matas y se labran las parcelas.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

Sevilla: Se produce la maduración y recolección avanzada de las parcelas de batata.

LEGUMINOSAS

En las parcelas que se sembrarán de leguminosas de ciclo invernal se van sucediendo las labores necesarias para acondicionar el terreno para a la próxima siembra.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos: Almería:** En los invernaderos del Poniente, los pimientos tipos California y Lamuyo están en plena recolección y los del tipo italiano están comenzando a recolectarse. En el mes de julio se plantaron pimientos California amarillos de las variedades Cartujo y Granito y California rojos como Adriano y Merlot. Predominan los invernaderos de tomate en estado de floración e inicio de cuajado, también se están recolectando los primeros ramos. Las plantaciones de berenjenas tempranas y medias están en plena recolección, también se pueden encontrar algunas recién puestas, que están en las primeras fases de crecimiento. Las plantaciones de pepino del tipo Almería están entrando en plena recolección, estando las de tipos Francés y Español más retrasadas. Se recolectan pepinos tanto tipo Español como Holandés. Continúa la recolección de calabacines de la mayoría de las plantaciones, tanto de tipo verde como blanco. También hay invernaderos que están arrancando las plantaciones agotadas y hay otros que no han entrado en producción. En los invernaderos de Nijar, en los tomates, continúa el desarrollo vegetativo normal, la floración y el engorde de frutos, consiguiéndose frutos de buena calidad. Se están recolectando tomates en ramo y Cherry. Los pimientos y berenjenas se encuentran en plena recolección. Están acabando las plantaciones de pepino de verano y ya se están trasplantando las nuevas. Los invernaderos de calabacín se encuentran en plena recolección. Cádiz: Se ha plantado el 80% de los invernaderos de pimientos de otoño e invierno en la comarca Costa Noroeste. Las principales variedades empleadas por los agricultores son Italianos, Cuerno de Cabra y Palermo. Los más adelantados se encuentran en crecimiento del fruto y predominan el crecimiento longitudinal de brotes. Se recolectan tapines en los invernaderos de la zona de Sanlúcar de Barrameda, los más precoces se plantaron en el mes de junio. Las producciones están siendo medias y los precios bajos. Granada: En la comarca de La Costa se recolectan tomates peras, liso y Cherrys. Se recogen los primeros pepinos tipo Holandés y se siguen plantando de cara a la campaña de invierno. Se está viendo mucho invernadero de pimiento de padrón, italiano verde y rojo así como Lamuyos pero las producciones están siendo cortas. Las judías verdes se recogen en la comarca de La Costa con mejores cotizaciones para las redondas que las planas. Huelva: En el cultivo de la fresa, a medida que va llegando el material varietal procedente de los viveros de altura (frío) de Castilla y León, se van completando la fincas y los cupos de los distintos tipos y variedades. Las extratempranas están ya casi finalizadas y las variedades tempranas y de media estación se encuentran en plena actividad de plantación. La densidad media de plantación es de unas 60-65.000 plantas por hectárea. Algunas de las variedades principales, son la Rociera, la Fortuna y la Rábida. Se aplican enraizantes para favorecer un mejor enraizamiento y agarre de la planta al terreno. Falta frío para favorecer de forma más natural este proceso. Se recolectan variedades de frambuesas "remontantes" de temporada tales como la Adelita. Las altas temperaturas perjudican la calidad media del fruto aunque, por otro lado coadyuva a la maduración de éstos. Las variedades del grupo "no remontante" están en general en fase "plantación o desarrollo vegetativo". El cultivo del arándano se encuentra en fase de desarrollo de yemas. ■ **Al aire libre: Cádiz:** Los puerros al aire libre en la comarca Costa Noroeste se plantaron a mediados del mes de septiembre los considerados de otoño, en una primera tanda. De noviembre a enero se plantará la segunda tanda del cultivo. Córdoba: El ajo chino presenta como estado fenológico predominante el BBCH 1-9 (Nascencia). Una vez finalizadas las siembras se aplican herbicidas postemergencia, y donde se puede se realizan riegos por aspersión para asegurar la nascencia. Se han iniciado las labores de preparación del terreno para las siembras de ajos de la variedad morada. Granada: La recolección de brocolis sigue en la provincia. Las variedades como Naxo y Ares están dando unos rendimientos de unas 15 tn/ha. A medida que avance la campaña las mermas irán en aumento en las zonas donde cayó la granizada hace días. Se recolectan coliflores en las zonas de Alhama, Guadix, Baza y Huéscar, variedades como Carnival y Ferraro son de las más empleadas con una producción de 22.000 piezas/ha. Las lechugas romanas, iceberg, mini romanas, hoja de roble se recolectan en las zonas de Zafarraya y Puebla de Don Fadrique, en la de Ventas de Zafarraya está finalizando la campaña. Jaén: Se han aprovechado las lluvias del mes de septiembre para plantar los ajos "chinos" en las comarcas de la Campiña Sur y La Loma. Las dosis de siembra están siendo de unos 1.200-1.400 kg/ha. El cultivo no para de regarse debido a las altas temperaturas que se dan durante el día. Se abonan de fondo parcelas de ajos "morados". Las plantaciones de pimientos que se dan en la provincia continúan en recolección tanto los Italianos como los Lamuyos. La comarca de la Campiña Norte es de las zonas con más superficie dedicada a este producto y debido a la buena climatología se están obteniendo producciones aceptables. Sevilla: Se inicia la siembra de la cebolla temprana en la Vega y Campiña. Continúa la plantación escalonada de brócolis y coliflores.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** En Almería ya ha concluido en la mayor parte de las zonas la recolección. Se están realizando labores de poda en las parcelas ya recolectadas. En los Vélez, los datos de rendimientos en variedades están siendo los siguientes: Marcona 340-360 kg/ha, Guara 400-420 kg/ha, Antoñeta 340-360 kg/ha, Lauranne 390-420 kg/ha, Ferragnes 340-370 kg/ha. En Granada, en la zona de Albuñol se recolectan parcelas de almendros de la variedad Comuna que finalizarán en el mes de noviembre. Hay agricultores que están guardando el producto en lugar de llevarlo a los almacenes. En los castaños de la Sierra de Aracena y los Picos de Aroche (Huelva), se están recolectando variedades de media estación y tardías como la Vazqueña y la Helechal. Las más tempranas se han recogido ya. La producción fue escasa de tamaño y mucho desaprovecho en los erizos. Las lluvias caídas semanas atrás apenas mejorarán la calidad de las tardías. ■ **Frutales de hueso y pepita: Almería:** En el Alto Almanzora, en los membrillos se obtiene una cosecha parecida a la campaña anterior. En el Alto Andarax, está finalizando la



cosecha de manzanas tardías. Granada: La recolección de los melocotones en la zona de Purullena y Benalúa está finalizando. Una de las últimas variedades en estas fechas es la Campiel así como la nectarina de carne amarilla Albarret. Las peras finalizaron la recolección en campo hace unos días con variedades como la Blanquilla y Conferencia. Se están recolectando parcelas de manzanas en la comarca de Guadix con variedades como Fuji y Golden. Huelva: La recolección de granadas comenzó en agosto con variedades tempranas, la recolección de variedades importantes como la Mollar de Elche, Extra y Wonderful se está produciendo a lo largo de este mes de octubre. El año ha estado complicado para el cultivo desde el punto de vista de la climatología al no producirse precipitaciones, los calibres se han reducido y la calidad se ve resentida. Sevilla: Ya ha finalizado la recolección de las granadas. Como decíamos la semana pasada ha dado inicio la recolección en las plantaciones caquis. ■ **Frutales subtropicales: Málaga:** En la comarca de Vélez-Málaga, los aguacates presentan una fenología adelantada de unas 2-3 semanas. En estos momentos se recoge la variedad Bacon de tipo liso. Las plantaciones de mangos se encuentran en plena recolección. La campaña está siendo similar a otras pero la producción aumenta por la incorporación de nuevas plantaciones en creación. Se riegan pero con escasa dotación sólo para mantenimiento del cultivo, sin abono. La fenología está adelantada 10 días respecto a un año normal.

CÍTRICOS

Almería: En el Bajo Andarax-Campo de Tabernas, todas las variedades han perdido ya el verde intenso y empieza la decoloración. En las más tempranas se ven algunos frutos ya amarilleando. Se aprecia rajado de fruto en otras variedades, además de en la mandarina Clemenvilla. En el Alto Almanzora, en mandarino temprano comienza el envero. Córdoba: En las naranjas Navelinas, las primeras en recolectarse, comienza a observarse el inicio de un cambio de coloración amarillo, mientras que las Salustianas siguen engordando. Huelva: La recolección de mandarina en la provincia continúa con variedades como la Prim 22 y Oronules. Se están dando rendimientos de 28-32 Tm/ha para la primera variedad y de 50-55 Tm/ha para las segundas. En general, se están viendo mermas en algunas zonas y producciones menores de las esperadas. Las cotizaciones comenzaron bien pero en las dos últimas semanas el mercado se ha parado bastante. Málaga: La campaña del limón Fino ha comenzado hace unos días y va en su fecha natural. La producción está siendo media con unas mermas del 10-15% por la falta de dotación de agua. En algunas fincas en la que este cítrico ha convivido con aguacates, se ha destinado el agua disponible al cultivo subtropical en detrimento del cítrico. Sevilla: Se va generalizando en la Vega la recolección de las primeras naranjas Navelinas tempranas. Se están floreado las parcelas cogiendo solo la que tiene tamaño y color. Se espera la lluvia que es la que engorda y da peso a la naranja.

VIÑEDO

Almería: En el Alto Almanzora y Alto Andarax está terminando la recolección de uva de mesa. En la comarca del Alto Andarax, en municipios como Bentarique, Alhama, se recolecta la uva de mesa, de variedades como Superior Seedless y Uva de Ohanes "entre otras. Granada: En parcelas de la uva blanca Jaén Blanco y de las tintas Garnacha y Cabernet Sauvignon se han observado mermas debido a la ola de calor de final de julio y primeros de agosto. La uva tenía un tamaño medio y se quemó sobre todo la que estaba de cara al sol. La planta en estos momentos se encuentra en reposo no habiendo iniciado la caída de la hoja.

OLIVAR

■ **De mesa:** En Sevilla, la campaña del verdeo avanza a buen ritmo, incluso en las sierras. Actualmente se llevará en torno al 80% de la cosecha recogida en esta provincia. En las parcelas ya recolectadas se inicia la poda y se aplican tratamientos fungicidas a base de cobre para prevenir el repilo. En Córdoba, continúa la campaña del verdeo, se encuentra prácticamente terminada en la zona de la Vega del Guadalquivir junto a la provincia de Sevilla, donde se cultiva la mayor parte de la Manzanilla y Gordal de la provincia, pero está mucho más atrasada la Hojiblanca, que supone el 95% de la que se verdea en la provincia, variedad que se encuentra sobre todo en La Campiña Alta. ■ **De almazara: Almería:** En las zonas más tempranas de comarcas como la del Bajo Andarax-Campo de Tabernas y la del Alto Andarax-Nacimiento empiezan a realizar la molturación de las aceitunas más adelantadas. En otras como la del Alto Almanzora se espera a molturar a mediados de noviembre. Cádiz: La aceituna en la comarca de La Sierra está muy dañada por la falta de agua. Hay muchas que están virando de color y se están poniendo negras. El cultivo debido a la sequía está adelantado unos 15 días. Las aceitunas tempranas tienen menos rendimientos, se cosechan en verde y dan aceites de mejor calidad. Las almazaras se están preparando para abrir la próxima semana. Córdoba: En el olivar de almazara continúan las labores de desvareto y preparación de suelos para la próxima recolección, que ha comenzado de manera puntual en algunas fincas para la obtención de aceites frescos de calidad con mayor cotización en el mercado. Granada: La aceituna en la zona de Alhama, Montefrío, Iznalloz y La Vega está arrugada. En algunas zonas se encuentra en fase de envero manchas rojas, no habiendo cogido tamaño en los secanos. En las comarcas de Guadix, Baza y Huéscar el cultivo se encuentra en fase de envero amarilleo. En la provincia, los riegos presentan una aceituna más tersa y menos dañada por la sequía y las olas de calor. Jaén: El estado fenológico más retrasado es H (Frutos 90% del tamaño de cosecha), predomina el I1 (Envero amarilleo). El más adelantado es I2 (Envero-manchas rojas). La aceituna está sufriendo los efectos de la sequía en las explotaciones de sierra y sin regadío. Las que han podido regarse se encuentran en mejores condiciones. En la comarca de Sierra Morena el desvareto ha finalizado. La aceituna también está arrugada y predomina la aceituna verde aunque aparecen ya algunas virando de color. En las zonas de sierra los olivos están muy desiguales. En la comarca de El Condado finalizó el desvareto y comenzará la recolección en un mes. En las fincas se preparan los terrenos para la recolección. Málaga: En la comarca Centro la aceituna está arrugándose. Se observa alguna aceituna negra sobre todo la manzanilla Aloreña. Este año el cultivo lleva un adelanto de unos 15-20 días. La hojiblanca está arrugada en algunas zonas y en otras se encuentra mejor. Se observan algunas fincas de la variedad Malteña con los mismos problemas. Sevilla: Se está iniciando poco a poco la recogida de la aceituna de almazara en aquellas fincas que buscan la calidad diferenciada que aporta la recolección temprana, aunque las elevadas temperaturas de estos días merman calidad y cantidad y no acompañan esta intención.

MERCADOS NACIONALES

Okitsu	Sin Operaciones
Owari	0,16-0,23
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós	
y Basol	0,42-0,70
Orunules	0,51-0,65
Marisol	0,28-0,37
Miuro	0,32-0,40
Arrufatina	0,32-0,42
Clemenules	
Orogrande	0,28-0,42
Hernandina	Sin Operaciones
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	0,30-0,35
Tango	Sin Operaciones
Nardocott	Sin Operaciones
Ortanique	Sin Operaciones
Orri	Sin Operaciones
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 21 de octubre 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
Precios según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado,	
disponible Valencia	620,00-630,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disponible Valencia	660,00-680,00
Guadamar Extra,	
disponible Valencia	690,00-710,00
Largo Índica,	
disponible Valencia	630,00-630,00
Precios por tonelada a granel.	
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	274,00
Cebada Nacional, dest. Val. Sin Operaciones	
Avena Rubia,	
dest. Valencia	Sin Operaciones
Blanca, destino Valencia. Sin Operaciones	
Guisantes Nacional, dest. Valencia	310,00
Semilla Algodón,	
destino Valencia	348,00-349,00
Trigo Pienso Nacional,	
Tipo 1	280,00
Tipo 2	S/C

Tipo 3	S/C
Tipo 4	265,00
Tipo 5	290,00
Trigo importación	S/C
Precios por tonelada a granel.	
TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona	398,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona	408,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona	225,00
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia	Sin operaciones
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida	195,00-200,00
14% prot., Aragón/Lérida	165,00-170,00
B. Balas s/calidad A./Lér.	180,00-220,00
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona	235,00-236,00
disponible Andalucía	222,00-223,00
Harina de Girasol	
Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona	S/C
Palmiste,	
disp. Valencia	247,00-248,00
Gluten Feed,	
disp. Valencia	227,00
Bagazo de Maíz, disp. Valencia	265,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona	270,00
Import. disp. Andalucía	270,00-271,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	208,00
Precios por tonelada a granel.	
GARROFAS Y DERIVADOS	Euros/Tm
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia	1.000,00-1.350,00
Zona Alicante	850,00-1.130,00
Zona Castellón	900,00-1.300,00
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
Precios tonelada a granel s/rendimientos	
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	15.000,00-16.500,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
Disponible origen	
ALUBIAS	
Redonda Manteca	2.100,00
Pintas Granberry	1.700,00
Michigan	1.500,00
Canellini Argentina 170/100	1.500,00
Blackeyes	1.650,00
Negras	1.700,00
Garrofin	2.050,00
GARBANZOS	Euros/Kg
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
Precios por tonelada, mercancía envasada.	
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11,	
disponible origen	2.100,00
Chino 11/13, disponible origen	2.050,00
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
Precios tonelada, mercancía envasada.	
(Pocas operaciones)	
Marcona prop, Valencia	Sin Operaciones
Largueta prop, Valencia	Sin Operaciones
Comuna prop, Valencia	Sin Operaciones
Comuna ecológica,	
Valencia	Sin Operaciones
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm,	
disponible Valencia	7.000,00
PATATAS	Euros/Tm
Agria Nueva,	
disponible Valencia	400,00
Lavada,	
origen España, disp. Val.	320,00
Francesa Nueva de Salamanca,	
disponible Valencia	220,00
Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.	
CEBOLLAS	Euros/Tm
Variedad Grano, disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo	160,00

Lonja de Zamora

Información de los precios agrarios de la Mesa de Cereales del 19 de octubre de 2021 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	248,00
Cebada	236,00
Avena	210,00
Maíz	S/C
Alfafa Empacada	S/C
Paja Empacada	21,00
Girasol	520,00
Trigo Forrajero	S/C
Centeno	S/C

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 11 al 17 de octubre de 2021, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euros/Kg
Trigo Media Fuerza	24,34
Pienso	23,74
Cebada Malta	22,84

Pienso 21,74
Maíz S/C
Tricale 22,54
Ante la actual oleada alcista, la demanda y la oferta meditan sus operaciones muy conscientes de que la actual coyuntura de mercado no va a cambiar de la noche a la mañana. Un ambiente plagado de dudas que reduce las operaciones comerciales, y también las necesidades de transporte, ocultando una escasez que en enero, si se recupera un flujo normal de intercambios, podría ser muy perjudicial para el desarrollo del mercado. Además de estas dificultades logísticas, los agricultores deben enfrentarse a una próxima campaña de siembra en la que se van a encontrar con unos precios de las materias primas disparados. Los abonos y los carburantes han subido considerablemente con respecto al año pasado, y las semillas lo harán apreciablemente debido al encarecimiento del grano. Además de esta carestía ineludible, se espera una escasez de fertilizantes, debido a una menor producción nacional y a una corta disponibilidad de gas natural. Un cúmulo de problemas que se agolpan y que rebajan, si no anulan, la sensación positiva de operar a unos precios elevados.

FORRAJERAS Euros/100 Kg

Heno de alfalfa	12,50
PATATAS	Euros/100 Kg
Consumo Fresco Libre	15,00
Industria frito sin conservación	14,30
Industria congelado rojas	11,90
Congelado blancas	11,00

Continúa la recolección de las patatas de variedades tardías, aumentando las existencias de los almacenes. Superado el ecuador de la cosecha en las principales zonas de **Rioja Alta**, hay que esperar a que el precio de la patata libre de consumo en fresco se establezca.

CHAMPIÑONES Y SETAS Euros/Kg

Champiñón, Granel (Pie Cortado)	2,20
Bandeja (Pie Cortado)	2,40
Industria 1ª Raíz	0,90
Industria 2ª Pie Cortado	0,80
Seta Ostra Granel	2,80
Ostra Bandeja	2,76
Seta Shii-Take Granel	4,50

El auge por la recogida de **setas silvestres** limita la venta de los **hongos cultivados**, lo que afecta esta semana al precio de la **seta de ostra** en formato bandeja en una época de elevada producción debido a las óptimas condiciones de fructificación. Para el resto de producciones el mercado ha sido más estable, repitiendo en todos los casos las cotizaciones.

HORTALIZAS Euros/Kg

Acelga Amarilla (aire libre)	0,65
Verde (aire libre)	0,50
Borrajá con Hoja (Invernadero)	0,70
Lechuga Rizada (doc. aire libre)	3,95
Apio	0,20

Repollo hoja rizada	0,28
Coliflor	8,00
Brócoli	0,50
Alcachofa	2,50
Alubia Verde Fesco	1,50
Alubia Pocha	2,75
Tomate 1ª	0,90
Tomate 2ª	0,40
Tomata	1,20
Pepino Corto	0,60
Pimiento Verde Cristal	0,90
Verde Italiano	0,85
Rojo Cristal	0,90
Najerano	0,70
Industria	0,75

Octubre avanza pero la dinámica comercial no cambia en el sector hortícola. La existencia de varios productos, como en el caso de **lechugas, crucíferas o alcachofas**, no es abundante de modo que el mercado se mueve en un equilibrio de mínimos, con una oferta baja en cantidad y con una demanda que no aprieta. Esto se traduce en una estabilidad en los precios durante esta semana, manteniéndose inalterables y elevados en la mayoría de las hortalizas.

FRUTAS Euros/Kg

PERA	
Ercolini 50+	0,58
Limonera 60+	0,53
Blanquilla DOP	0,53
Blanquilla 58+	0,52
Conferencia DOP Palot	0,62-0,65
Conferencia Palot	0,58-0,60
Williams Industria	0,35
GRUPO MANZANA	
Golden 70+	0,40

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

La **fruta de pepita** avanza en los mercados con una actividad comercializadora con pocos movimientos, debido a la existencia de la fruta de entretiempo. Respecto a la recolección, toda la **fruta de pepita** aguarda en las cámaras de conservación, a excepción de las **manzanas** de variedad **Fuji**, cuya cosecha comenzará a finales de este mes.

FRUTOS SECOS Euros/Kg

ALMENDRAS	
Común	0,73
Largueta	1,13
Marcona	1,46
Floración tardía	1,37
Ecológica	1,95
Semana de ligeras variaciones en los precios que coincide con el informe mensual de producción y comercialización en California . Un informe sin novedades, que vuelve a incidir en los problemas de transporte y de logística para justificar unas exportaciones norteamericanas menores de lo esperado. Los precios norteamericanos respondiendo al descenso en las ventas retroceden, aunque siguen siendo superiores a los del año pasado por estas mismas fechas.	

LEGISLACIÓN

El Gobierno autoriza el reparto territorial de los primeros 115 millones para el Plan de Transformación del sector agroalimentario

El Consejo de Ministros autorizó el pasado 19 de octubre, a propuesta del MAPA, el reparto territorial de los primeros 115,3 millones para la transformación ambiental y digital del sector agroalimentario, incluidos dentro del Componente 3 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR). Los fondos de 115,3 millones se corresponden a la primera anualidad sobre una dotación global prevista para el conjunto del periodo 2021-2023 de 307 millones de euros. Las solicitudes de estas ayudas se dirigirán a los órganos competentes de las comunidades autónomas en la forma que se establezca en sus respectivas convocatorias.

INVERSIONES DE BIOSEGURIDAD VEGETAL

De los fondos autorizados por el Consejo de Ministros, 12.600.000 euros irán destinados a medidas de bioseguridad en sanidad vegetal y animal. Se financiarán proyectos de mejora de las infraestructuras y capacidades de los centros de limpieza y desinfección de vehículos de transporte terrestre de animales, a través de mejoras y herramientas tecnológicas, como la automatización, la robotización, la instalación de nuevos sistemas para la limpieza y desinfección, como la desinfección por calor o la instalación de sistemas para la verificación

de la limpieza y desinfección, y también para la construcción de nuevos centros.

Podrán beneficiarse también los productores de determinados materiales vegetales de reproducción que inviertan en instalaciones de protección en viveros frente a insectos vectores de las plagas cuarentenarias más importantes por su incidencia económica en la producción agrícola (*Xylella fastidiosa*, *Bursaphelenchus xilophilus*, HLB o greening de los cítricos, y *Flavescencia dorada* de la vid). Asimismo se incentivará la instalación de equipos de tratamientos mediante termoterapia en viveros de vid.

AGRICULTURA DE PRECISIÓN Y ECONOMÍA CIRCULAR

En materia de sostenibilidad y competitividad de la agricultura y la ganadería, se ha aprobado el reparto de 102.758.752,72 euros que corresponden a la anualidad de 2021 del plan de inversión C3.I4 del PRTR, que tiene una dotación total de 307 millones de euros hasta el 2023.

Este paquete de estímulos destinado a promover la inversión privada contribuirá a mejorar la resiliencia del sector y su competitividad, al tiempo que se favorece la consecución de los objetivos del clima, la conservación del medio ambiente.

Las actuaciones previstas tienen como elemento central cuatro programas de apoyo para la ejecución de proyectos de inversión, cuyo objeto es promover mejoras en los sistemas de gestión de estiércoles en explotaciones ganaderas y la modernización y transformación integral de invernaderos. Los otros dos programas tienen que ver con la realización de actuaciones de eficiencia energética en explotaciones agropecuarias y el aprovechamiento energético, con el fomento de la aplicación de agricultura y ganadería de precisión y tecnologías 4.0.

El objetivo es acelerar la transformación digital y medioambiental del sector agrario, facilitando la adopción de las reformas estructurales necesarias para alcanzar un nivel de inversión que promueva el cambio en el modelo de producción agrícola y ganadera con resultados beneficiosos para la sociedad, la economía y el medioambiente.

Citrosol identifica una nueva especie de *Cladosporium* que provoca pérdidas en cítricos

El nuevo patógeno *Cladosporium ramotenellum* es causante de desperdicio alimentario e importantes pérdidas en la exportación de mandarinas desde Perú

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Más allá de la actividad comercial que caracteriza a cualquier compañía, Citrosol desempeña una labor de transferencia de conocimiento visible en los *papers* publicados por sus investigadores en prestigiosas revistas científicas a nivel mundial. El último ejemplo es el reciente estudio difundido en 'Journal of Plant science and Phytopathology', firmado por Celia Murciano, Jeniffer J. Oliver-Chirito y Benito Orihuel, sobre la identificación de un nuevo patógeno, *Cladosporium ramotenellum*, causante de importantes pérdidas en la exportación de mandarinas desde Perú, incrementando el desperdicio alimentario en cítricos.

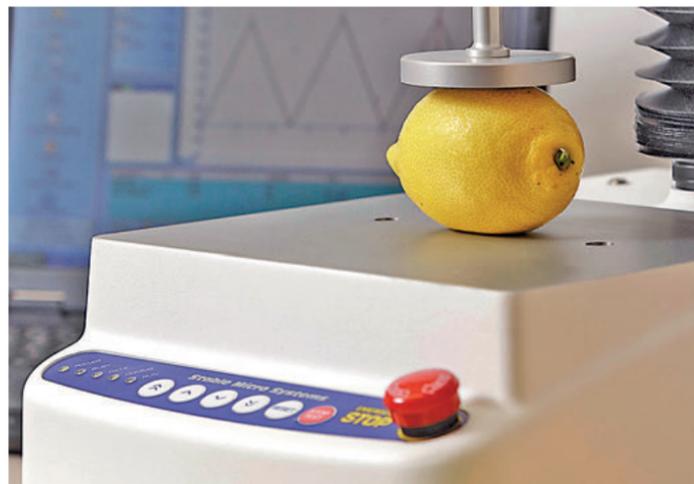
Hasta el momento en cítricos solo se habían descrito dos especies de *Cladosporium* asociadas a podrido, los *C. herbarum* y *C. cladosporoides*, a la que hay que sumar a partir de ahora *C. ramotenellum* que aprovecha, como patógeno oportunista, daños en la corteza para infectar a través de esas heridas, o microheridas, en la piel.

El patógeno fue aislado para su identificación molecular tanto de fruta de campo como fruta de diferentes exportaciones confirmando la presencia de *Cladosporium ramotenellum*, como causante del podrido en fruta madura.

El problema es especialmente grave en el ciclo tardío de la campaña y en los envíos cuarentenarios dónde se aplican los *Cold Treatments* para el control de diversas plagas. "Las esporas del hongo, transportadas por el viento, penetran a través de zonas de la corteza debilitadas. Estas esporas germinan en condiciones de almacenamiento con humedades altas. Es una podredumbre seca y firme. Las zonas atacadas se oscurecen rápidamente y en ellas se desarrolla en muchas ocasiones un micelio



La labor de transferencia de conocimiento de Citrosol contribuye a la reducción de pérdidas en la comercialización. / ARCHIVO



El problema de este hongo se agrava en el ciclo tardío de la campaña. / CITROSOL

gris o negro", señala Benito Orihuel, uno de los autores de este *paper* de Citrosol.

SOLUCIONES

Esta patología documentada por Citrosol fue causante en 2018 de cuantiosos perjuicios económicos que han sufrido los exporta-

dores de mandarinas de Perú en sus envíos frigoríficos a destinos como Asia o EEUU; también ha aparecido en envíos a Europa, y aunque en menor cuantía, en años posteriores. Así que Citrosol hace dos recomendaciones: por un lado, disminuir la carga de inóculo de *Cladosporium sp* y

Esta patología causó en 2018 cuantiosos perjuicios económicos para los exportadores de mandarinas de Perú

Los tratamientos pretenden eliminar la carga de inóculo de *Cladosporium* en fruto y fortalecer corteza y reducir daños por frío

C. ramotenellum que la fruta trae de campo; y por otro lado, proteger la fruta, la piel, del daño por frío (*Chilling Injury*) que aparece en los transportes frigoríficos con sus recubrimientos Plant-seal® o CI-Control.

A este respecto los protocolos de Citrosol han demostrado su efi-

cacia para controlar los daños que este nuevo patógeno ha provocado, manchas negras que derivan en pérdidas económicas para los operadores y en desperdicio alimentario para la sociedad.

Citrosol propone una estrategia en la que hay que aumentar la dosis de Citrocide® en el lavado de la fruta (Sistema Citrocide® online). También reforzar el tratamiento drencher con Ortocil (Ortofenilfenol a 1200 ppm) y Citrocide® Plus, ya que son eficaces in vitro frente a *Cladosporium ramotenellum*. Y por último intensificar el tratamiento en cera con Ortosol 6500 (Ortofenilfenol a 3575 ppm). Se ha comprobado que este fungicida es eficaz para el tratamiento del moho peduncular causado por *Cladosporium sp.*, por lo que podría ayudar a controlar la infección por *C. ramotenellum*.

"Hemos desarrollado unos tratamientos con un doble objetivo, como es eliminar la brutal carga de inóculo de *Cladosporium ramotenellum* en fruto y además fortalecer corteza y reducir daños por frío en el transporte", añade Benito Orihuel.

Este trabajo establece, una vez más, la gran importancia del control de los problemas patológicos en la reducción de las pérdidas alimentarias, sobre todo en el caso de los cítricos.

OTRAS PUBLICACIONES CIENTÍFICAS DE CITROSOL

Junto al *paper* 'Pathogen identification and control of sooty spot caused by *Cladosporium ramotenellum*, appearing on fresh easy peeler mandarins from Perú' publicado en el 'Journal of Plant science and Phytopathology' sobre el descubrimiento por parte de Citrosol de que el *Cladosporium ramotenellum* es responsable de grandes mermas en la exportación de mandarinas, Citrosol ha publicado otros artículos científicos en los últimos años:

- Characterization and control of "bottom box water spot", a new citrus rind disorder in Spain (ActaHortic.2018.1194.174)

- Postharvest treatments to control physiological disorders and decay in lemon fruit (Food packaging and Shelf Life, DOI: 10.1016/j.fpsl.2017.08.009)

- Potassium sorbate effects on citrus weight loss and decay control (Postharvest Biology and Technology 96, 7-13; 2014).

Información científica de relevancia para la postcosecha de los cítricos, que contribuye a la reducción de las pérdidas en la comercialización de los cítricos.

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

FYSIUM[®]

by Janssen PMP



La alternativa

FOMESA FRUITECH lidera el proyecto FYSIUM[®] en España. La nueva forma de aplicación de 1-MCP, que mantiene la calidad de las manzanas durante largos periodos de conservación.

Ventajas:

- **TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA** que asegura una aplicación perfecta.
- **SEGURIDAD:** la aplicación se realiza desde el exterior de las cámaras no modificando el ambiente interno, ni exponiendo al operador.
- **CONTROL:** El sistema de control de flujo permite asegurarnos que la aplicación se ha realizado correctamente.
- **COMPACTO:** Todo el sistema es compacto y sencillo.
- **RÁPIDO Y VERSÁTIL:** La aplicación es rápida y adaptable.
- **PRECISIÓN:** El sistema calcula exactamente la dosis que deseamos utilizar y aplicar.



FOMESA FRUITECH

Your postharvest partner since 1955



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

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

info@fomesafruitech.net
www.fomesafruitech.net

Manzana



valencia fruits
dossier

**Incluye páginas
especiales**

Información elaborada por Óscar Ortega



**poma de
girona**
indicació geogràfica protegida



Cataluña presenta manzana de extraordinaria calidad

Un total de 273.330 toneladas de manzana de excelentes características organolépticas es el resultado del gran trabajo de los productores catalanes para esta campaña 2021-2022

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Desde el punto de vista cuantitativo, de la lectura de las previsiones de cosecha de manzana para Cataluña se concluyen que los indicadores corresponden a datos similares a la media de los últimos años. Y desde el cualitativo, la manzana catalana de esta campaña presenta una extraordinaria calidad.

Según estas previsiones, elaboradas por Afrucat, Asociación Empresarial de Fruta de Catalunya, y el Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya, con fecha de 23 de julio pasado, la estimación de volumen de producción de manzana catalana es de 273.330 toneladas que equivale a un incremento interanual del 16%. Sobre estos datos hay que recordar que el pasado 2020 fue un año que se caracterizó por una producción muy baja.

La demarcación de Lleida y Girona, con indicación geográfica protegida propia, copan la producción de manzana en Cataluña.

En términos generales las afectaciones derivadas de los efectos meteorológicos han variado según la zona y variedad. Hasta la fecha de la presentación de las previsiones en Lleida los episodios de granizos fueron puntuales y poco significativos; en cambio, la producción de la demarcación de Girona experimentó afectaciones por granizo, heladas y lluvia durante la primavera. La meteorología durante el verano ha facilitado, según opinión de diferentes productores, un aumento sobre la previsión inicial.

LLEIDA

Por volumen de producción Lleida es la demarcación principal con 186.820 toneladas con un calendario de recolección de entre 4 y 7 días más tarde que el pasado 2020. Estas toneladas se traduce en el 68% en el porcentaje del global de manzana en Cataluña. En las tierras leridanas estos datos calcan el valor porcentual de incremento general de Cataluña: 16%.

En términos globales, la floración y el cuajado se observan normales/altos y los calibres normales/grandes.

Golden es la variedad estrella indiscutible con 100.650 toneladas. Gala y el grupo de variedades de verano acaparan 37.100 toneladas. Sobre las 10.000 toneladas se sitúan Granny Smith (16.590), Fuji (13.489) y Cripps Pink (10.080). Con menores registros el grupo de rojas y de otoño con 6.270 y 2.650 toneladas, respectivamente.

Destacar que el nivel de ruseting en Golden es casi inexistente aunque depende de cada municipio. El conjunto de manzanas presenta menos mota que el año pasado, que fue pésimo.

La superficie productiva baja a 6.037 hectáreas, que re-



Un momento del acto simbólico de la Primera Poma de Girona celebrado el pasado agosto. / ÓSCAR ORTEGA

En Girona, la previsión inicial era de 84.580 t pero es posible que esta cifra sea mayor y alcance las 100.000 t, gracias a la óptima climatología en verano

16%. La previsión apunta a una cosecha de 84.580 toneladas de manzanas aunque esta cifra se incrementa, pudiendo alcanzar en la versión más optimista las 100.000 toneladas, según la opinión de diferentes productores, debido a la óptima climatología durante el verano que ha favorecido el crecimiento de la fruta.

Según estos datos, para la Indicación Geográfica Protegida de Poma de Girona es una de las mejores cosechas de manzana de los últimos años. Remarcar que todas las variedades cultivadas en la demarcación prevén incrementar la producción respecto a los ejercicios anteriores.

En función de la comarca varía la fecha de recolección. Floración y cuajado normal/alta y calibre normal/grande con alguna variedad que presenta calibre pequeño/normal como es el caso de la Gala.

La ausencia de grandes granizadas, episodios de viento y otros accidentes meteorológicos, que en el último año provocaron una reducción de la cosecha, son las razones que explican la buena temporada que arranca con la cosecha de las variedades más tempranas y que se alargará hasta noviembre. Estas temperaturas suaves y periodos relativamente secos de los últimos meses también permitirán recoger una manzana de alta calidad, de mayor tamaño, con más color y más dulce. Sin prácticamente incidencias de rosetting ni mota.

En Girona sí aumenta la superficie productiva, 2.382 hectáreas, aunque con valores poco significativos (+1,1 por ciento), y entran en producción 158 hectáreas.

En la demarcación de Girona el reparto de volumen de producción por variedades es más escalonado que en Lleida. Así, Golden, y manzanas similares, copan 26.820 toneladas y Gala y variedades de verano, 21.570 toneladas. 12.240 de Granny Smith, 8.220 de Fuji, 7.950 de Rojas, y 6.620 de Cripps Pink. Se descuelga el grupo de variedades de otoño con 1.160 toneladas.

CALIDAD EXTRAORDINARIA

El resultado de la suma del gran trabajo de los productores, la reconversión varietal hacia aquellas variedades que mejor se adaptan a las características agroclimáticas de cada zona y que son aceptadas por el consumidor, y la constante inversión en todos los ámbitos de las centrales frutícolas, es una manzana de calidad extraordinaria.

Previsiones de producción 2021

Manzana	CATALUNYA		+16%		
	Previsión 2021	Producción 2020	Producción 2019	Producción 2018	Var (%)
VARIEDADES					
Golden y similares	128.130	110.648	158.625	130.041	15,8%
Rojas	14.500	13.326	18.338	18.300	8,8%
Gala y verano	59.200	51.197	60.924	54.220	15,6%
Fuji	21.830	19.101	22.832	22.494	14,3%
Granny s.	28.910	24.063	34.564	26.941	20,1%
Cripps Pink	16.710	14.202	16.868	14.498	17,7%
Otras de otoño	4.050	2.899	3.382	3.156	39,7%
TOTAL	273.330	235.436	315.533	269.650	16,1%

Lleida, 22 de julio 2021

Estas son las previsiones de cosecha que Afrucat presentó en el mes de julio para Cataluña. / AFRUCAT

presenta una disminución del 2,1% en comparación al pasado año, que afecta a todas las variedades excepto Granny Smith y Cripps Pink. Esta campaña han entrado en producción 236 hectáreas.

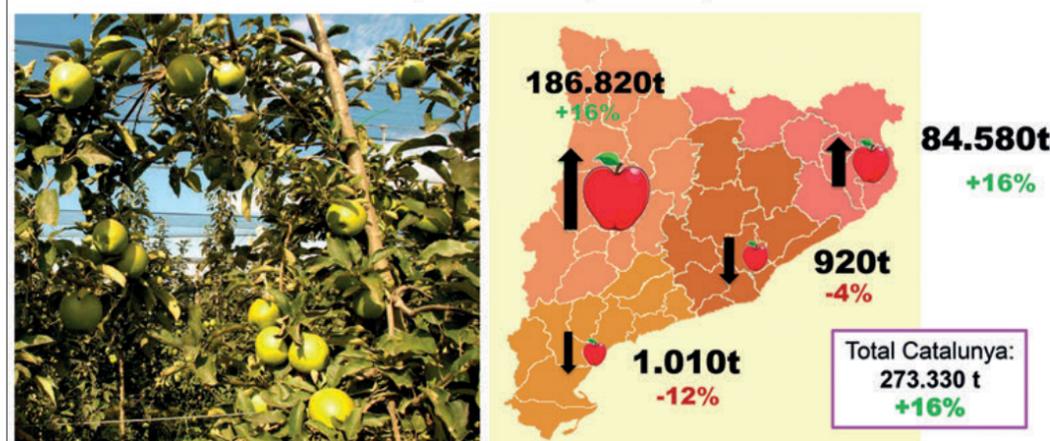
GIRONA

En relación al pasado ejercicio 2020 Girona presenta un porcentaje idéntico de crecimiento que el de toda Cataluña con el

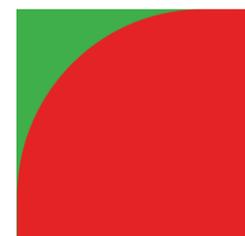
La cosecha de 273.330 toneladas estimada para la presente temporada supone un incremento del 16% respecto a la producción obtenida el año pasado

En las provincias de Lleida y Girona, esta última con indicación geográfica protegida propia, es donde se concentra la producción de manzana en Cataluña

Previsiones manzana Catalunya 2021 (cálculos a 22 julio 2021)



La previsión apunta un crecimiento interanual del 16% de producción de manzana. / ÓSCAR ORTEGA



SmartFresh™

an AgroFresh solution



Mayor vida útil en fruta de pepita

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

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

AgroFresh

We Grow Confidence™

AgroFresh.com

RESPONSABLE COMERCIAL - NORTE DE ESPAÑA:

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

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

RESPONSABLE COMERCIAL - SUR DE ESPAÑA:

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

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

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

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

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



La manzana francesa se comercializa principalmente en el mercado interior que absorbe el 75% del volumen total mientras que la exportación representa un 25%. / ANPP

Las heladas condicionan la temporada 2021-2022 de la manzana francesa

La Asociación Nacional de Manzana y Pera confirma que Francia tiene potencial suficiente para abastecer a su mercado interior sin problemas toda la temporada

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Cuando han pasado tres meses de la primera previsión de cosecha de manzana para Europa en la temporada 2021-2022, las cifras anunciadas fueron 11.735.000 toneladas, que suponen un aumento del 10%. La mayoría de los principales países productores han confirmado un incremento de la producción de manzanas respecto a la campaña pasada. Por ejemplo, Polonia, con una previsión de 4,17 millones de toneladas, presenta un incremento del 22%; Hungría, un +49% con 520.000 toneladas o España con 543.000 toneladas, es un



Francia es el tercer productor de manzana de Europa. / ARCHIVO

+28% en comparación a las cifras de 2020. También Francia anunciaba un aumento de cosecha pero más ligero, del 3% con una producción de 1.375.000 toneladas. Este volumen podría haber sido mayor si no se hubiesen registrado numerosos episodios de heladas en los territorios de producción de manzana de Francia. A pesar de ello, cuenta con un potencial productivo que permitirá al sector abastecer a su mercado interior sin problemas durante toda la temporada.

Francia es el tercer productor de manzana de Europa. Su mercado interior

absorbe el 75% de la producción mientras que el 25% restante (340.000 toneladas) tiene como destino la exportación, siendo España su principal mercado export.

En el apartado varietal, en los lineales galos hay disponibles 30 variedades diferentes de manzanas, pero el 'top5' es para la Golden (369.000 toneladas); Gala (296.000 t); Pink Lady (137.000 toneladas); Granny Smith (116.000 t) y Fuji (56.000 toneladas).

Estas cifras de las variedades 'tradicionales' (Golden, Gala, Granny...) son ligeramente superiores (+4%) a las del año pasado, pero siguen siendo inferiores comparadas con la media de los años 2020, 2019 y 2018.

Lo mismo ocurre con las variedades regionales, producidas casi exclusivamente en Francia. Por el contrario, han sido las variedades club las más afectadas por las heladas. Se espera así pues una reducción de la cosecha del 6% en el país vecino en comparación con la temporada anterior. La manzana Pink Lady, la tercera variedad que más se produce en Francia, se ha visto especialmente afectada.

En Francia, las variedades club también muestran una tendencia al alza en producción aunque su ritmo de crecimiento en los dos últimos dos años ha sido más lento en comparación a otras zonas productoras europeas como Italia. La Golden sigue siendo la variedad más cultivada, la Gala crece de forma continuada, mientras que la variedad Granny sufre una reducción constante de su producción potencial.

La manzana es una de las frutas tradicionales en la cesta de la compra de los franceses. Según el estudio de consumo de manzana en Francia, elaborado por Kantar Worldpanel, el 88% por ciento de los hogares compran manzanas de forma habitual. El consumo es de 17,2 kilos/año por hogar y el gasto anual es de 34,70 euros.

■ ECO-RESPONSABLES

Plantaciones eco-responsables es un modelo de producción francés reconocido y que cuenta con la confianza de los consumidores. Este sello significa el compromiso por parte de la producción de un origen cien por cien nacional, recogida manual de la fruta en su punto óptimo de maduración; la preservación de la biodiversidad; preferencia por métodos de cultivo ecológicos; gestión eficiente del agua; reciclaje de los residuos y un proceso controlado por un organismo externo.

Actualmente en Francia hay 1.783 productores asociados a este label que representan 38.000 hectáreas de plantaciones eco-responsables. Por grupo de frutas, las manzanas con label 'eco-responsables' abarcan el 70% de la superficie total dedicada a su cultivo en Francia. En pera, el porcentaje es del 43% sobre el total; melocotón y nectarina cubren el 80% de la superficie total de cultivo y el 65% de las plantaciones de albaricoque son eco-responsables en Francia.

maravillosos momentos traídos desde austria

eva apples

www.eva-apples.com

llena tu vida de salud con una manzana al día

Llega a Europa Giga[®], una manzana grande, intensa y sabor inconfundible

Se recolecta a comienzos o mediados de octubre y cubre un período comercial que va de enero a agosto

■ **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Grande, con un aroma intenso y atractivo, una pulpa dulce y un sabor inconfundible, son algunos de los rasgos distintivos de la nueva manzana cultivada y comercializada en exclusiva europea por VOG, y que pasa a formar parte del rico surtido presentado por Marlene[®].

Las Giga[®] son las manzanas que presentan las mejores características en términos de gusto y calibre de la variedad Ipador, lograda a partir del cruce de la Goldrush y la Nicoter. La marca es propiedad de la sociedad neerlandesa Better3Fruit, mientras que la titular en el mercado mundial de la licencia Master para la asignación de los derechos de cultivo es IPA (International Pome Fruit Alliance Ltd.).

VOG ha sido el primero de Europa en introducir su cultivo, con una superficie de 300 hectáreas. Los mercados de referencia son Italia y España, países en los que Marlene[®] puede romper el hielo, por ser una de las marcas de manzanas más conocidas. Además estará disponible en el ámbito europeo e internacional gracias a la red comercial VOG-Marlene[®].

■ CARACTERÍSTICAS

Bicolor, con tonos rojizos sobre un fondo amarillo, presenta una forma redondeada y un tamaño especialmente grande, con un calibre medio de 75-85 mm. Jugosa y crujiente, con un sabor dulce equilibrado, con una pulpa especialmente firme y compacta, la Giga[®] sorprende por su aroma intenso y envolvente, con agudas notas que recuerdan las pequeñas frutas rojas del bosque; las frutas tropicales, como el mango y el plátano; así como la miel, los frutos secos, y la canela, con delicados y perfumados matices florales de la rosa.

Naturalmente resistente a la sarna del manzano, también estará disponible con certificación biológica.

Se recolecta a comienzos o mediados de octubre y cubre un período comercial que va de enero a agosto, ideal para la segunda parte de la temporada. Como el buen vino, después de la cosecha requiere varios meses de reposo para expresar de la mejor manera toda su calidad: esta afinación le permite a la manzana armonizar sus componentes olfativas y gustativas, para alcanzar su pico cualitativo. Además tiene la extraordinaria virtud de conservarse durante largo tiempo sin perder su textura, su sabor ni su aroma.

La Giga[®] es una manzana que casa perfectamente con la estrategia de innovación varietal de VOG, que tiene como objetivo introducir

nuevas variedades aptas para los doce meses del año y para satisfacer las exigencias del consumidor moderno, que busca manzanas con un sabor,

un aroma y una consistencia excelentes. “Cerca de las manzanas. Cerca de los clientes”, según la filosofía comercial del consorcio sudtiroles.



Giga[®] presenta las mejores características en gusto y calibre de la variedad Ipador. /VOG



Soy Marlene[®]

HIJA DE LOS ALPES



Cultivada en un clima alpino-mediterráneo



Controlada con la máxima diligencia



Disponibile en todas las estaciones del año



De granjas familiares



Diversidad irresistible para todos los gustos



Calidad especial gracias a las diferentes estaciones

marlene.it [f](#) marlene [@](#) marlenespain

El revolucionario fungicida de Decco para la conservación de la fruta

El producto Deccopyr Pot de Decco Ibérica se presenta como una solución fumígena versátil tanto para la conservación de fruta de pepita y de hueso como de cítricos y de kaki

DECCO IBÉRICA.

Deccopyr Pot revolucionario fungicida en base a pirimetanil formulado en formato fumígeno, y autorizado por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (Nº de Registro ES-00186), para su uso sobre fruta de hueso (cereza, melocotón, nectarina, albaricoque, ciruela...), pepita (manzana y pera), cítricos y kakis.

A diferencia de otros fungicidas, el pirimetanil tiene una **alta eficacia** contra un **amplio espectro** de hongos que cada campaña causan grandes mermas, como *Monilia*, *Botrytis*, *Penicillium*, *Alternaria*, *Colletotrichum*, *Cladosporium*, *Gloesporium*... teniendo además **acción tanto preventiva como curativa**.

Gracias a su formulación fumígena permite una excelente difusión del producto en ambiente, bien en cámara, camión o contenedor, lo que da lugar a residuos homogéneos sobre fruta evitando de este modo la aparición de resistencias.

ENSAYOS OFICIALES BLP

Hay que destacar también que Deccopyr Pot tiene un bajo perfil toxicológico, lo que se demuestra tanto por los amplios LMR permitidos como por su forma de aplicación que evita generar y verter aguas residuales. (Cuadro 1)

COMPLEMENTO PERFECTO EN FRUTA DE PEPITA

Con la investigación llevada a cabo, Decco siempre ha pretendido dar respuesta a los continuos cambios que se suceden, Deccopyr Pot compone un firme paso más en el largo camino recorrido y un complemento perfecto para la amplia cartera de productos para el sector de la manzana y la pera.

Deccopyr Pot supone en el manejo de este tipo de fruta una herramienta adicional y sus posibilidades son amplias:

1. Como tratamiento único para fruta no bañada
2. En baño para romper resistencias
3. Como tratamiento de recuerdo en largas conservaciones, etc.

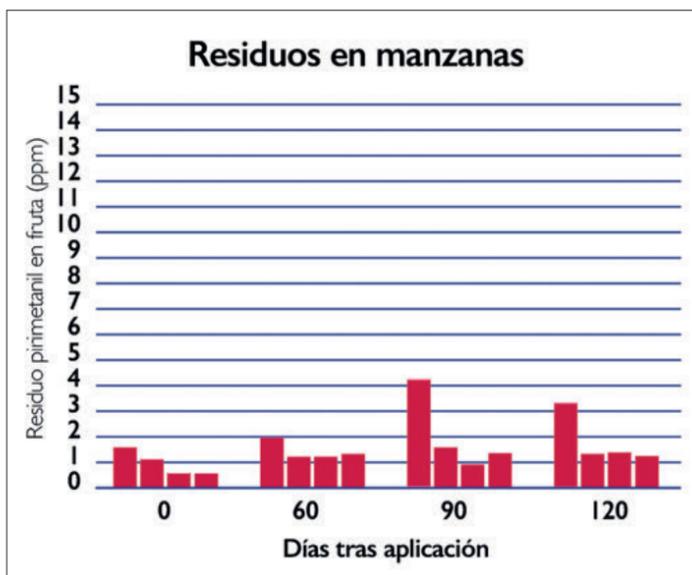
En opinión de **José María Acedo**, responsable de Desarrollo Estratégico de Negocio en Decco Ibérica: "El Deccopyr Pot es un producto con amplia aceptación en el mercado español, donde desde sus inicios tuvo una rápida penetración. De hecho, estamos recibiendo cada vez más solicitudes de uso del producto de fuera del territorio español lo que nos ha motivado a introducir el Deccopyr Pot en otros países".

EL PROBLEMA DE LA RESISTENCIA

Durante el periodo de conservación de la fruta de pepita, se suelen sufrir una serie de pérdidas debidas al ataque de



Manzanas Fuji inoculadas con *Botrytis* sp. Control sin tratamiento (izquierda) vs tratado con Deccopyr pot (derecha). Ensayos oficiales en laboratorio BPL. / DECCO



Cuadro 1.— Ensayos Oficiales BLPP. / DECCO

Gracias a su formulación fumígena permite una excelente difusión del producto en ambiente, bien en cámara, camión o contenedor, lo que da lugar a residuos homogéneos sobre fruta evitando de este modo la aparición de resistencias

Hay que destacar también que Deccopyr Pot tiene un bajo perfil toxicológico, lo que se demuestra tanto por los amplios LMR permitidos como por su forma de aplicación que evita generar y verter aguas residuales

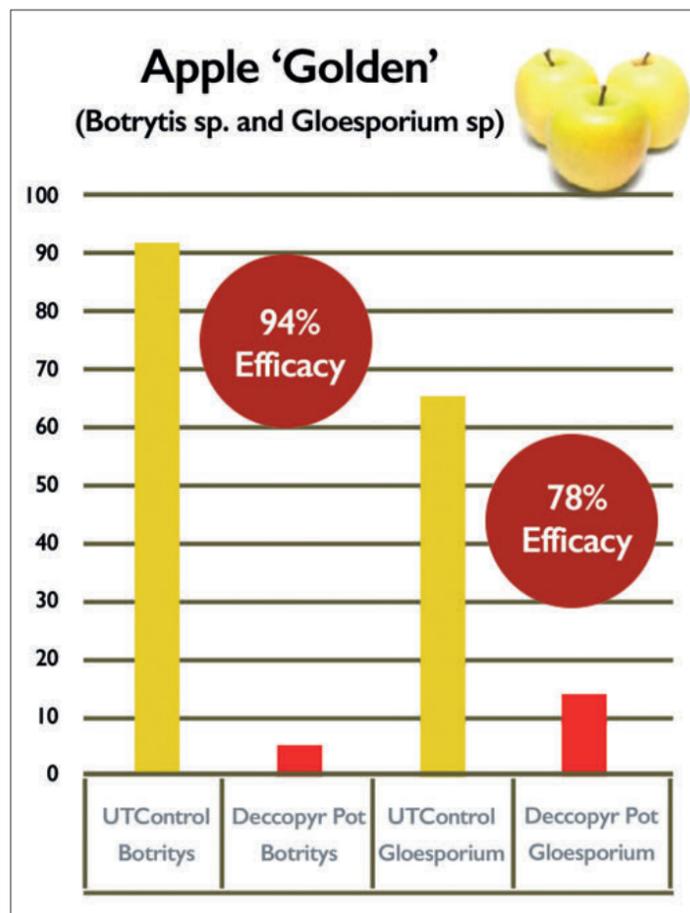
Con los métodos adecuados, el servicio pertinente y un control exhaustivo, podemos reducir las pérdidas por podrido en la postcosecha en gran medida. También hay que buscar soluciones para reducir la incertidumbre durante la frigoconservación

El uso de fungicidas autorizados, como es el caso del Deccopyr Pot, nos permite reducir notablemente las mermas y contribuir a la reducción del desperdicio alimentario

diferentes hongos. El uso de fungicidas autorizados, como el Deccopyr Pot, nos permite reducir notablemente las mer-

mas y contribuir a la reducción del desperdicio alimentario.

La aparición de resistencias en los procesos de postcosecha



son un problema añadido, normalmente se deben a las siguientes causas:

- El uso continuado de una única materia activa
- Una aplicación deficiente
- No respetar la dosis de etiqueta, reduce la efectividad del producto y crea más colonias de hongos resistentes a la solución propuesta.

El acompañamiento a través de un servicio y atención eficaz durante la operativa postcosecha ayuda a controlar la aparición de resistencias.

MÉTODOS PARA EL CONTROL DEL PODRIDO

Con los métodos adecuados, el servicio pertinente y un control exhaustivo, podemos reducir las pérdidas por podrido en la postcosecha en gran medida. Para reducir la incertidumbre durante la frigoconservación, Decco propone la solución Deccopyr Pot, un producto cuya eficacia ha demostrado campaña

tras campaña, en diferentes situaciones y contra un amplio espectro de hongos.

"Por la eficacia sostenida del pirimetanil como fungicida de amplio espectro y a tenor de los buenos resultados, el departamento de desarrollo vio una oportunidad de poder aplicar el Deccopyr Pot en otros cultivos. Empezamos ampliando el uso con el kaki (la antracnosis era un problema durante la conservación), y fuimos expandiendo a cítricos donde puede ser complemento de refuerzo a los tratamientos realizados", afirma José María Acedo.

VENTAJAS DEL USO DE DECCOPYR POT

La solución fumígena desarrollada por DECCO, presenta las siguientes ventajas:

1. Bajo perfil toxicológico
2. Efectivo contra cepas resistentes al Fludioxonil
3. Amplio espectro de eficacia
4. Aplicación homogénea

Manzanos más adaptados al cambio climático

La variedad HOT84A1 es el resultado del programa de mejora genética Hot Climate Programme, del que forman parte el IRTA y Fruit Futur

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La primera manzana más adaptada al cambio climático se ha plantado este año en Cataluña y está previsto que se comercialice en la península ibérica en un periodo máximo de 3 años. Es roja, crujiente, dulce y jugosa, y ha sido evaluada en los campos del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) de la Estación Experimental de Lleida y en la Estación Experimental Agrícola Mas Badia, en La Tallada d'Empordà (Girona), donde las temperaturas estivales pueden llegar a superar los 40°C. Registrada con la denominación varietal HOT84A1, la nueva variedad de manzana es el primer resultado del programa internacional de mejora genética de manzana y pera Hot Climate Programme, que quiere dar respuesta a los retos del cambio climático.

“Las nuevas variedades de manzana, creadas con métodos tradicionales tienen, como objetivo, adaptarse a unos veranos cada vez más calurosos”, explica Joan Bonany, especialista del programa de Fruticultura del



La manzana es roja, crujiente y jugosa, y ha sido evaluada en las parcelas experimentales del IRTA en Lleida y en Mas Badia. / ARCHIVO

IRTA. Además, “proporcionan nuevas oportunidades a los productores para cultivar manzanas en regiones donde cada vez es más difícil cultivar manzanas,

así como en zonas más próximas al consumidor”, añade.

El Hot Climate Programme está formado por el IRTA, Fruit Futur —una asociación for-

Fruit Futur ha firmado la primera licencia para comercializar la nueva variedad de manzana en la península ibérica, que llegará al mercado dentro de un máximo de tres años

mada por los principales productores de fruta de Cataluña: Actel, Fruits de Ponent, Nufri y Poma de Girona— y el centro neozelandés Institute for Plant & Food Research Ltd, y cuenta con el apoyo del Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (DARP) de la Generalitat de Cataluña. La empresa T&G Global ha sido seleccionada para desarrollar y comercializar estas variedades en todo el mundo. La asociación de productores catalanes Fruit Futur ha firmado recientemente la primera licencia para comercializar la HOT84A1 en la península ibérica.

PRODUCTORES CATALANES

A raíz de la demanda del sector productor de fruta en Cataluña, en 2002 el IRTA, Fruit Futur y el centro de investigación neozelandés Plant & Food Research ponían en marcha el Hot Climate Programme con el objetivo de desarrollar nuevas variedades de manzana y pera adaptadas a las altas temperaturas.

En aquella época, los productores de fruta de Cataluña observaron que, debido a las condiciones climáticas, las variedades de manzana y pera que se habían cultivado hasta entonces tenían más dificultades para alcanzar una calidad óptima —en cuanto al color, la textura y el aroma— en las condiciones de cultivo de Cataluña.

Con un clima cada vez más cálido, se deben desarrollar y comercializar nuevas variedades de manzana. Y dieciocho años después, los resultados de esta iniciativa de investigación e innovación comienzan a dar su fruto.

En febrero de 2019, se llegó a un acuerdo con la empresa neozelandesa T&G Global, que se incorporó a este programa como socio estratégico para la comercialización mundial de las licencias de las nuevas variedades de manzana y pera.

Fuera de la península ibérica, empresas como Waimea Nurseries (Nueva Zelanda), TopFruit (Sudáfrica), Dalival (Francia), Worldwide Fruit (Reino Unido) y Montague (Australia), llevan a cabo ensayos de la variedad de manzana HOT84A1, en la que evalúan el comportamiento agronómico y la calidad.



Ambrosia™

...mmmbrosia!

ANUNCIADO
EN TV

SOLA O EN FAMILIA, TE VA DIVINA

Ambrosia™ sienta divina a toda la familia, sola o en tus recetas de cada día. Es fresca, jugosa y con un sabor que enamora a todos. ¡Atrévete a cocinar con Ambrosia™ y deja a toda la familia sin palabras!

¡Ambrosia™ te va divina!

✓ Snacks y postres
✓ Desayunos y almuerzos
✓ Comidas

divinambrosia.com





Gracias a la innovación, las manzanas ya no son solo dulces o crujientes. Con las nuevas variedades, aspectos como sabores y fragancias son también elementos a desarrollar y promocionar. / N. RODRIGUEZ

WALTER PARDATSCHER / Director general de VOG-Marlene

“Se dan todas las condiciones para una primera parte de la temporada satisfactoria”

El director general de VOG, Walter Pardatscher analiza esta primera parte de la nueva temporada de manzana confirmando que las ventas avanzan a buen ritmo y se dan todas las condiciones para una primera parte de la temporada satisfactoria. En la entrevista también comenta los resultados de la apuesta de consorcio por la producción ecológica y en especial por las variedades club. Gracias a la inversión en innovación varietal, VOG-Marlene está en disposición de ofrecer la manzana perfecta en cualquier época del año.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. A mediados de agosto, VOG inició la temporada 2021-2022 de manzana con la recolección de la Royal Gala. Después de estos tres meses de temporada y del feedback recibido en Fruit Attraction, ¿sigue confirmando VOG que será una temporada comercial equilibrada?

Walter Pardatscher. Hemos completado la cosecha de las principales manzanas, como Gala, Golden, Red Delicious, Granny Smith y Kanzi®. Por el momento, nuestros productores siguen cosechando Fuji, Crimson Snow® y Cripps Pink/Pink Lady®. La calidad general es, ciertamente, más que buena.

En cuanto al inicio de la campaña, la respuesta es muy positiva y la comercialización ha sido muy dinámica en los principales mercados. Las ventas avanzan a buen ritmo y se dan todas las condiciones para una primera parte de la temporada satisfactoria.

VF. Al inicio de la nueva temporada, VOG anunció un ligero descenso en sus previsiones de cosecha (-4%). A medida que avanza la recolección de sus diferentes variedades, ¿se confirma este porcentaje o es posible que sea aún mayor?

WP. Estamos convencidos de que la estimación inicial era correcta, aunque puede haber diferencias según la variedad. En este momento hemos concluido alrededor del 80% de la cosecha.

VF. ¿Cuáles son las variedades que ahora mismo predominan en la oferta de VOG-Marlene?

WP. Entre las variedades tradicionales, la Royal Gala predomina definitivamente en nuestra oferta, seguida de la Golden, la Granny y la Fuji. Estas cuatro variedades son también muy importantes para el mercado español.

VF. ¿Cómo evoluciona la producción 'bio'?

WP. La producción ecológica crece de forma constante. En la actualidad, estimamos una pro-



Walter Pardatscher comenta que en este momento VOG ha concluido ya alrededor del 80% de la cosecha. / ARCHIVO

“Con una producción de 32.000 toneladas, la manzana ecológica crece de forma constante en VOG”

ducción de 32.000 toneladas, lo que nos permitirá garantizar la comercialización durante 12 meses.

Las manzanas ecológicas representan alrededor del 10% del total: las nuevas variedades que tenemos disponibles son especialmente adecuadas para el almacenamiento a largo plazo. Por último, la marca Marlene Bio cuenta con una clientela fiel y está bien integrada en la producción de gestión integrada de plagas que caracteriza nuestra oferta global.

VF. Y ¿qué podemos decir de la progresión de las variedades club, una de las estrategias productivas de VOG?



La calidad de las manzanas Marlene este año es excepcional. / NEREA RODRIGUEZ

WP. Las manzanas del club crecen cada año. Son muy populares entre los consumidores porque ofrecen características organolépticas y gustativas avanzadas y garantizan una calidad estable.

VOG cuenta, entre otros, con las ya conocidas Kanzi® y Pink

Lady®, la súper dulce manzana Envy™, que crecerá en volumen en los próximos años, y Yello®, un buque insignia con características distintivas. Las últimas incorporaciones son Red Pop®, Giga® y Cosmic Crisp®, que presentamos el invierno pasado.

VF. Precisamente hablando de tres últimas incorporaciones, ¿cómo está siendo la respuesta de los clientes antes estas nuevas manzanas destinadas a la segunda parte de la temporada?

WP. Han sido muy bien recibidas por nuestros clientes y son perfectas para completar la oferta del consorcio. Gracias a la inversión en innovación varietal que se ha realizado y a la continua investigación de los últimos años, en VOG podemos ofrecer la manzana perfecta en cualquier época del año. Es una estrategia que nos hace crecer de año en año, no solo en términos de volumen, sino también en términos de orientación profesional. No queremos ni podemos seguir abordando la cuestión del sabor de forma simplista: las manzanas no son solo dulces o crujientes, sino que sobre todo las nuevas variedades tienen características articuladas donde los elementos de sabor, aromas, sabores y fragancias se convierten en piezas de un 'mosaico' que hay que contar. El razonamiento es sin duda más complejo, pero también decididamente más interesante y nos ofrece la posibilidad de acompañar al consumidor los doce meses del año con fruta de alta calidad, dentro de una arquitectura de la oferta que quiere transmitir una imagen clara a pesar de esta complejidad. Estamos convencidos de que cada nueva variedad que hemos identificado puede encontrar su lugar en este 'mosaico'.

VF. El aumento de los precios de las materias primas, que viene registrándose desde finales de 2020 y la situación internacional ¿cómo está afectando al sector de la manzana y en concreto a VOG?

WP. En nuestro sector no solo notamos el aumento de las materias primas, sino también, en primer lugar, los costes del cartón y el plástico para los envases, que han subido aproximadamente un 20%. En términos absolutos estamos hablando de 0,02 €/kg. Esto representa ya un aumento de 8 céntimos de euro por kg de manzanas en comparación con el pasado reciente.

También han aumentado los costes energéticos (electricidad +365%, petróleo +248% y gas natural +545%) y logísticos: la mayor circulación de mercancías compradas por Internet ha dificultado la búsqueda de medios de transporte para trasladar las frutas y hortalizas por Europa. Asimismo, el comercio en varios países del mundo se ha reducido debido a la pandemia, lo que ha provocado una crisis en el sector del transporte de contenedores y barcos.

Hoy, a pesar de una clara recuperación, las empresas tienen dificultades para encontrar contenedores y los costes aumentan. Evidentemente, este aumento también afecta a los precios de nuestro sector.

Variedades club: un éxito consolidado

Las variedades club representan una participación cada vez mayor en el mercado de la manzana europeo

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

De las frutas que se cultivan como variedades club, las manzanas son las más comunes. El éxito de las marcas como Pink Lady®, Kanzi®, Yello® y Jazz® son algunos ejemplos de variedades consolidadas en el mercado que han sabido diferenciarse al apostar por una calidad superior y convertirse en un fruto de "élite". Así, la manzana ha dejado de ser una fruta "commodity" para convertirse en la estrella del lineal de las fruterías. Tal ha sido su éxito, que otros sectores frutícolas, como el de cítricos, buscan seguir sus pasos para consolidar algunas de sus variedades como premium y diferenciarse dentro del mercado.

La inversión en investigación para crear variedades con un alto valor cualitativo y organoléptico es uno de los principios de las variedades club, cuyo objetivo es que los consumidores reconozcan la marca y quieran

consumirlas por su calidad y sus propiedades.

■ ORIGEN

Las variedades club son un tipo de fruta que está sujeta a un control de calidad central y que solo es comercializada por un número limitado de productores. Estas variedades se gestionan de forma diferente, pues los productores deben tener una contrato o licencia para poder cultivarlas. En el caso de las manzanas, las raíces de las variedades club se remontan a 1960, cuando la Universidad de Minnesota desarrolló y patentó la manzana Honeycrisp. La universidad autorizó la propagación a muchos viveros y cualquier agricultor podía comprar árboles siempre que estuviera dispuesto a pagar los derechos de autor.

Veinte años después, grupos agricultores de todo el mundo empezaron a desarrollar nue-



VOG encabeza la investigación, adquisición y producción de variedades club. / NR

La idea inicial de las variedades club era mantener la oferta y la demanda más equilibradas y obtener un precio más alto para la fruta de calidad superior

vas variedades de manzana con el objetivo de capitalizar el concepto y comercializar manzanas a través de clubes con derechos crecientes. La idea inicial con las

variedades club era mantener la oferta y la demanda más equilibradas para obtener un precio cada vez más alto para la fruta de calidad superior.

■ PRECIO Y CONSUMO

La gran pregunta que llevan haciéndose los productores desde hace tiempo es si el consumidor paga o no la diferencia de precio entre una manzana 'commodity' y una manzana premium.

Además, en algunos casos el precio de una puede doblar a la otra. No obstante, en los últimos años el perfil y las preferencias de los consumidores han ido variando, y la proximidad y la calidad son dos de los requisitos actuales. Fuentes del sector afirman que el consumidor está dispuesto a pagar más si sabe que la manzana que compra va a cumplir sus expectativas y va a responder a los estándares de calidad prometidos por la marca.

■ VOG, EL EJEMPLO A SEGUIR

A pesar de que existen muchas marcas de manzanas premium a nivel global, la zona de Südtirol en Italia y concretamente el consorcio VOG lidera la investigación, adquisición y producción de las variedades club.

De hecho, su desarrollo forma parte de la estrategia de producción en los últimos años y sobre la que se sustentará la estructura productiva a corto y medio plazo, junto con su oferta bio y las variedades tradicionales.

Sus 12 cooperativas representan a 5.000 productores que cosechan 700.000 toneladas de manzana de la más alta calidad en 10.900 hectáreas de superficie. Son ejemplo de esfuerzo continuo por garantizar altos estándares de calidad, aumentar la eficiencia y reducir los costos.

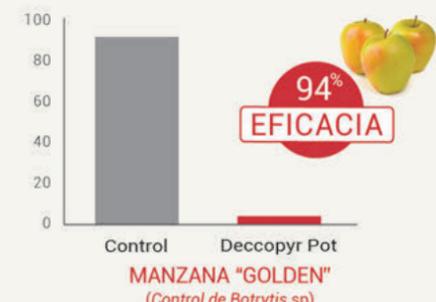


DECCOPYR POT

Fungicida fumígeno de amplio espectro para la conservación de



- Caquis
- Manzanas
- Cítricos
- Peras



94% EFICACIA

Control Deccopyr Pot

MANZANA "GOLDEN"
(Control de Botrytis sp)



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









/ Tel. (+34) 961 344 011

info@deccoiberica.es
www.deccoiberica.es



La cosecha de la Orange comenzó en la segunda mitad de septiembre y las primeras Jaune empezaron a recolectarse en los primeros días de octubre. / KISSABEL®

Arranca la temporada de las manzanas Kissabel®

Los socios europeos del proyecto Ifored afrontan su segunda campaña de comercialización con las variedades amarillas y naranjas, Kissabel® Orange y Jaune

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Con las primeras cosechas de las variedades Jaune y Orange en la segunda mitad de septiembre, empezaba una nueva temporada de las manzanas Kissabel® para los socios del hemisferio norte del proyecto Ifored. Suiza, Francia y el Reino Unido han vivido condiciones climáticas iguales durante el verano de 2021, con escasas precipitaciones y temperaturas más cálidas, hecho que ha favorecido la coloración de la pulpa de las variedades Jaune y Orange.

Las condiciones climáticas, también han incidido en el tamaño de las manzanas, de menor calibre que el año pasado. A pesar de ello, la calidad sigue siendo alta, como también el interés de clientes y consumidores con estas variedades, gracias también, a campañas de marketing específicas.

■ DE PULPA COLORADA

Kissabel® Orange y Kissabel® Jaune son dos variedades de

manzanas de pulpa colorada propuestas en Europa por los socios del proyecto Ifored. La primera se caracteriza por su pigmentación, que va del naranja al rosa, por el color rosa intenso de su pulpa y por su sabor delicioso y refrescante. La segunda se distingue por su piel amarilla, su pulpa rosa y su sabor armonioso.

En el Reino Unido, Kissabel® Jaune y Orange han desarrollado una buena coloración y un gusto excelente. “La cosecha de la Orange comenzó en la segunda mitad de septiembre, mientras que en el caso de la Jaune esperamos comenzar a principios de octubre. La producción está aumentando y es de calidad a

pesar del escaso contraste térmico entre el día y la noche de los últimos meses, que hubiera podido perjudicar la dulzura y la coloración que las caracteri-

podemos afirmar que su coloración es excepcional. Si bien la mayoría de nuestros cultivos tiene apenas dos años, razón por la cual las cantidades son redu-

En las distintas zonas de producción de Kissabel® en Europa, el clima ha hecho que las manzanas presenten calibres menores este año, si bien ofrecen una coloración y un gusto excelentes

Kissabel® es la marca que identifica las distintas variedades de manzana de pulpa de color —del rosa al rojo intenso— creadas por el proyecto Ifored

za”, explicaba Anna Cox, Head of Technical and Quality de Greenyard. “Volvemos a estar listos para llevar las Kissabel® a todos los clientes y distribuidores del Reino Unido.”

“Hemos dado inicio a la cosecha de Kissabel® Jaune y ya

podemos afirmar que su coloración es excepcional. Si bien la mayoría de nuestros cultivos tiene apenas dos años, razón por la cual las cantidades son reducidas, contamos con un terreno en el que estamos trabajando desde hace cuatro años y nos espera una productividad de cuarenta toneladas por hectárea”, comenta Hannah Martin, directora comercial de Worldwide Fruit. “Hemos programado actividades de marketing específicas para Kissabel®, como las cajas que contienen varios ingredientes para poder crear recetas con las manzanas de esta gama. Hace unos días patrocinamos el National Fruit Show, celebrado el 20 y 21 de octubre

en el Kent County Agricultural Society de Maidstone, y en el que dispusimos de un stand y repartimos las Kissabel® Jaune y las Kissabel® Orange, entre los asistentes para darla a conocer”.

■ EN FRANCIA

En Francia se espera con ilusión la nueva temporada de Kissabel®. “Hemos empezado la nueva cosecha y, a pesar de que las manzanas son más pequeñas que las de las dos últimas temporadas, han desarrollado un color más intenso y la producción, en lo que se refiere a cantidades, es excelente, con una previsión de unas seiscientas toneladas totales”, explica Marc Peyres, director de ventas al extranjero de Blue Whale. “Estamos preparando promociones y concursos ligados a la fiesta de Halloween.”

Nuestros clientes están respondiendo de forma magnífica a las manzanas Kissabel®. Muy pronto también contaremos con las variedades de pulpa roja, perfectas para ser cultivadas en el sur de Francia, ampliando así nuestra oferta.”

“Como casi todos los productores, también en nuestro caso el clima ha hecho que las manzanas presenten calibres menores este año, si bien ofreciendo una coloración y un gusto excelentes.”

Hemos enviado los primeros palets de la temporada a nuestros clientes, que están impacientes por proponerlos en los mercados y en la gran distribución organizada”, declara François Mestre, co-gerente de Mesfruits. “Tenemos previsto exportar algunos palets también al Reino Unido, donde serán distribuidos por Tesco y M&S.”

En Francia, en cambio, lanzaremos promociones en Lyon con Leclerc y, más adelante, a través de la cadena de supermercados Système U”.

Kissabel® es la marca que identifica las distintas variedades de manzana de pulpa de color —del rosa al rojo intenso— creadas por el proyecto Ifored, una colaboración internacional en la que participan catorce de las principales empresas de producción y comercialización del mundo entero.

Interpoma reprogramada para noviembre de 2022

La 13ª edición de la feria internacional dedicada al sector de la manzana tendrá lugar del 17 al 19 de noviembre de 2022 en Bolzano (Italia)

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Fiera Bolzano decide volver al calendario ferial habitual y el Consejo de Administración reprograma Interpoma para el 2022, del 17 al 19 de noviembre. Así, Interpoma se contempla como un evento bienal programado para los años pares y que se alterna con Agrialp, la feria agrícola de la región alpina que tiene lugar los años impares.

Tras una valoración escrupulosa y diversas conversaciones con las empresas expositoras, Fiera Bolzano ha decidido volver al calendario ferial ha-



La edición de 2022 volverá a ofrecer un formato que satisfaga las demandas de expositores y visitantes. / INTERPOMA

bitual. Como la edición del 2020 tuvo que celebrarse exclusivamente en formato digital, en un principio estaba previsto volver a presentar Interpoma con el año 2021 ya en marcha.

No obstante, teniendo en cuenta la fórmula exclusiva de Interpoma que, además de la feria, incluye un programa de visitas personalizadas a nivel regional y la implicación de toda la ciudad de Bolzano, Interpoma se pospone para el próximo 2022.

“Tras haberlo considerado escrupulosamente, la incertidumbre con respecto a los viajes internacionales ha provocado la decisión de posponer la feria Interpoma al 2022. Interpoma vive de un ambiente internacional creado por visitantes profesionales de todo el mundo y estamos seguros de que en el 2022 podremos volver a ofrecer un formato que satisfaga las demandas de nuestros expositores, visitantes y socios”, afirma Thomas Mur, director de Fiera Bolzano SpA.

MARCO RIVOIRA / CEO de Rivoira Giovanni & Figli

“Ambrosia gusta y se disfruta en España”

Marco Rivoira es un apasionado de la manzana y se muestra orgulloso de haber posicionado Ambrosia “como la manzana de calidad para toda la familia”. Con ventas en aumento, la firma sigue trabajando con manzanas club que han contribuido a sacar a esta fruta excepcional del “aburrido” ámbito de los productos commodity para convertirla en una opción saludable de primera calidad para los consumidores más exigentes.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cuántos años lleva Rivoira de dedicándose a la manzana?

Marco Rivoira. Rivoira nació en 1950. Un negocio familiar con más de 70 años. Desde entonces Rivoira Giovanni e Figli ha sido pionera en la distribución y producción de fruta fresca y especialmente de manzanas.

VF. ¿Cuáles son las marcas que actualmente tienen en su portafolio y por qué se caracterizan?

MR. Como marca, Rivoira es la enseña principal. Rivoira es distintivo de calidad. Adicionalmente, trabajamos con pasión manzanas club como Ambrosia, Crimson Snow y Kissabel y en breve un nuevo proyecto de manzanas brasileñas en el que estamos poniendo toda nuestra ilusión.

VF. ¿Cómo se presenta esta campaña para el mercado español?

MR. Esta campaña prevé buenos resultados para las variedades club y, en especial Ambrosia, que cada año aumenta sus ventas y reconocimiento en el mercado español. Gusta, se disfruta y ha sabido posicionarse en los hogares como la manzana de calidad para toda la familia. Para las variedades convencionales se complica un poco puesto que la oferta es muy alta.

VF. Han iniciado un interesante proyecto de manzana en Brasil, ¿puede describirnos cuáles son sus líneas generales y cuándo esperan su primera cosecha?

MR. Efectivamente y, como anunciamos en primicia en Fruit Attraction 2021, nuestro proyecto de tres variedades hermanas brasileñas (Luiza, Venice e Isadora) ya es un hecho. Las primeras correspondientes a 200 ha podrán degustarse entre marzo y abril. Este alucinante proyecto nos permite cambiar y darle la vuelta al mundo de la manzana, pues el consumidor va a poder deleitarse durante 12 meses con manzanas siempre recolectadas en su momento óptimo de maduración.



Marco Rivoira confirma que se prevé una buena campaña para Ambrosia. / RF



La manzana es un aliado en vitaminas ideal para una dieta sana. / RIVOIRA

VF. La manzana es una fruta “de siempre”, pero cada día consiguen hacerla más especial, ¿cuál es el argumento que dan a los consumidores para que sigan eligiéndola en su dieta diaria?

MR. La manzana es la fruta ideal. Ya lo dice el refrán “One apple a day, keeps the doctor away”.

Además, actualmente ya no se considera un producto commodity y aburrido gracias a la integración y desarrollo varietal.

La manzana es un aliado en vitaminas ideal para una dieta sana, un antioxidante y un snack cómodo para comer en cualquier momento.

VF. ¿Qué ventajas aportan las manzanas Rivoira a los distribuidores para sus lineales?

MR. Rivoira es un plus. Es I+D+i constante. Es servicio, garantía de calidad y homogeneidad de sabor. Rivoira es firma líder en el mercado español.

VF. ¿Cuál es su objetivo para esta campaña?

MR. Seguir creciendo en volúmenes con Ambrosia. Conseguir la mejora organoléptica y cualitativa de nuestros productos, a través del control total, desde campo hasta centro de distribución. En definitiva, se trata de garantizar al consumidor que lo que paga, lo vale.



Estiria aglutina el 80% de la producción de la manzana en Austria. / ARCHIVO

En Austria se espera una cosecha de más de 160.000 toneladas

Las condiciones meteorológicas con granizos y heladas tardías retrasaron el inicio de la cosecha en Estiria

► ELISA BENAVENT. REDACCIÓN.

A principios de septiembre comenzó en Austria la campaña de manzanas 2021-2022, en la que, según el Mercado Agrario de Austria, se espera recolectar un total de 160.100 toneladas.

Esta cifra supone un 13% menos respecto a 2019, aunque se mantiene en unos niveles similares a los de 2020. Esto implica que Austria no se sitúa actualmente en el rango superior de los principales países europeos productores de manzanas, donde se encuentran Polonia, Francia o Italia.

Alrededor de tres cuartas partes de las manzanas austriacas provienen de la región de Estiria, la principal zona productora de esta fruta en el país. En Estiria la cosecha suele comenzar a mediados de agosto, aunque este año se inició 10 días más tarde que en 2020 debido a las inclemencias meteorológicas que incluyeron heladas tardías y granizos en abril y mayo, coincidiendo con la fase de crecimiento de las manzanas. Esto provocó daños visibles en variedades como la Topaz, en la que se observan anillos de escarcha, y Russeting y un descenso de calibres.

La falta de lluvias en los meses estivales también pasó factura a la producción austriaca, lo cual demuestra que las condiciones meteorológicas propiciadas por el cambio climático tienen un impacto cada vez mayor y suponen un desafío para los productores austriacos, que centran su atención en proteger sus cultivos con mallas anti-granizo y heladas. Franz Tirschenbacher, presidente de la Cámara de Agricultores de Estiria, afirma para el medio digital austriaco APA

que “para proteger mejor los cultivos de las condiciones climáticas anormales, la agricultura necesita prioridad y un acceso más fácil al agua”.

El presidente cuenta que las condiciones ideales que se dieron en Estiria en el mes de agosto con mucho sol y lluvias suficientes dejaron al final “unas manzanas aromáticas y con una calidad interna muy buena”.

■ VARIEDADES, PRECIO Y EXPORTACIÓN

Nuevas variedades de manzana, como la Kanzi, Evelina, Jazz, Tessa y SweetTango, aparecen en el mercado y ocupan ya 450 de las 5.000 hectáreas de los cultivos de manzana en Estiria. El presidente de Fruit Growing, Manfred Kohlfürst, opina que estas variedades sustituirán a las más antiguas y que se podría dar así un aumento del precio de la manzana.

Después de dos años de relativa calma, ahora la presión y competitividad en el mercado de la manzana vuelve a crecer. Ejemplo de ello es que, en agosto, coincidiendo con el inicio de la campaña europea 2021-2022, el precio medio de la manzana fue de 0,76 €/kg, un 8% menos que el mes anterior.

Por otra parte, Alemania, que es desde hace años el principal mercado objetivo de Austria, se sitúa ahora mismo en el cuarto lugar de los países productores de manzanas. Esta circunstancia supone un desafío para los comercializadores austriacos orientados a la exportación, ya que la Oficina Federal de Estadística de Alemania prevé cosechar este año 1.080.000 toneladas, si bien esto equivale a un 8,5% menos que hace un año.

PAMPOLS

PACKAGING INTEGRAL

Profesionales del packaging

900 401 777

www.pampols.es

poma de
girona
indicació geogràfica protegida
Información elaborada por Óscar Ortega



LLORENÇ FRIGOLA / Portavoz del Consejo Regulador de la IGP Poma de Girona

“Poma de Girona es la auténtica manzana mediterránea”

Llorenç Frigola, portavoz del Consejo Regulador de la IGP Poma de Girona, reivindica las privilegiadas condiciones agroclimáticas de Girona para el cultivo, influida por la proximidad del mar Mediterráneo y los Pirineos, y defiende el consumo de manzana local. Los valores de Poma de Girona como especialización, sostenibilidad o responsabilidad social son protagonistas en esta entrevista.

Valencia Fruits. ¿IGP Poma de Girona es sinónimo de valores y especialización?

Llorenç Frigola. Las comarcas de Girona se han convertido en un auténtico núcleo de especialización en la producción de manzana bajo el paraguas de la IGP Poma de Girona, que comprende gran parte de la producción de las tres firmas que forman esta IGP: Fructícola Empordà, Girona Fruits y Giropoma Costa Brava.

Nuestras plantaciones están ubicadas en una zona productora privilegiada para el cultivo de la manzana con un clima bañado por el mar Mediterráneo y Los Pirineos y colindantes a parques naturales. Un entorno natural envidiable que debemos conservar.

También hay que sumar más valores derivados de diferentes inquietudes: proximidad, salud, responsabilidad social (todas las empresas de Poma de Girona se están auditando GRASP, certificado relacionado con el compromiso con la salud, seguridad y bienestar del trabajador), cuidado del entorno (*Farm to work* y del Pacto Verde Europeo)...

VF. Los últimos años muestran una apuesta clara por realizar una renovación varietal con manzanas que se adapten al cambio climático, que sean resistentes a las adversidades, con menores necesidades de insumos y más productivas. ¿Por qué?



Llorenç Frigola en una de sus plantaciones de manzanos. / OSCAR ORTEGA

LIF. Hasta ahora Girona ha apostado por las mejoras productivas con producción en muro, insolación y captación de radiación solar para aumentar la productividad, cambio de portainjertos más resistentes...

Ahora empezamos a recoger los éxitos del programa Fruit Futur, con una gran inversión de Poma de Girona durante los últimos años, para obtener nuevas variedades de manzana con mayor productividad, color, adaptadas al cambio climático... todo con el menor consumo posible de insumos. En esta línea,

ya plantamos la variedad HOT84 que aporta un gusto excepcional y que ha obtenido las mejores calificaciones en catas en Europa, Nueva Zelanda y Norteamérica.

Somos un sector muy dinámico y ávido de incorporar para sí lo mejor de todo el mundo. De esta inquietud nacen nuestros viajes en años anteriores a modo de *stage* de conocimiento, suspendido por la irrupción de la pandemia de la COVID-19, a Polonia, al estado de Washington (Estados Unidos) y a Nueva Zelanda con el objetivo de conocer de primera mano sus sistemas de

“Apostamos por la renovación varietal con manzanas que se adapten al cambio climático”

“Somos un sector muy dinámico y ávido de incorporar para sí lo mejor de todo el mundo”

trabajo que son dignos de estudio y enriquecedores en materia de sostenibilidad, investigación varietal y tecnología. En esta línea tenemos previsto un viaje a la Universidad de Cornell, de Estados Unidos, en la zona de producción de Nueva York para conocer especialmente su sistema de hibridación, desarrollo e investigación de nuevos portainjertos y poda *tall spindle*.

VF. ¿A día hoy, qué previsiones apunta la campaña bajo la óptica de Poma de Girona?

LIF. Sobre las previsiones iniciales, hay que sumar entre un 10% y 20% más según variedades porque han tenido unas condiciones climáticas excepcionalmente favorables donde la manzana ha

podido seguir creciendo, alargando cosecha. En este contexto es muy posible que alcancemos los 100.000 millones de kilos.

VF. Fueron de los primeros del sector frutícola en encaminarse hacia la sostenibilidad y siguen en su empeño. ¿Qué nuevas acciones están ejecutando?

LIF. La sostenibilidad está presente en Poma de Girona desde hace muchos años con el objetivo de lograr la mayor producción de manzana con la menor utilización de insumos posibles: optimización y reducción del consumo de agua, sustitución de abonos químicos por compost y abonos orgánicos... Y seguimos e insistimos en la misma línea de sostenibilidad con, por ejemplo, neutralizar la huella de carbono y más en un momento en que la sociedad reclama un consumo responsable y cercano, con el menor transporte posible.

La manzana es una fruta que puede ser producida en toda la península ibérica y debería ser cultivada y consumida de forma local frente a otras manzanas de importación.

En nuestro caso, la proximidad es un factor de sostenibilidad. No es necesario comprar fuera los alimentos que podemos producir aquí y, de esta manera, fomentamos nuestra economía. Aquí juega un papel crucial el poder del consumidor.

VF. Hablando del consumidor, ¿qué caminos utilizan para hacer llegar su mensaje y sus valores?

LIF. Queremos transmitir a los compradores cómo podemos ser en conjunto más sostenibles y combatir la emergencia climática a semejanza de nuestros países vecinos, que primero consumen su producción y la defienden desde jefes de compras hasta compradores y clientes finales.

No contamos con grandes presupuestos como otras manzanas importadas. Sí utilizamos las redes sociales y lanzamos nuestros mensajes a través de los medios de comunicación como por ejemplo el vuestro.

FRUCTÍCOLA EMPORDÀ
EMPORDÀ
SANT PERE PESCADOR · GIRONA

especialistas en manzanas

Naturalmente, porque las cultivamos en plantaciones junto al Mediterráneo que gozan de unas **condiciones climáticas óptimas**, con un gran contraste de temperatura entre el día y la noche y una humedad ambiental elevada. El resultado: **manzanas con una dureza y una coloración excepcionales**.

Cuidamos la calidad, mimamos el servicio

Dr. Narcís de Ciurana, 12 - Sant Pere Pescador (Girona) Tels. 972 520 000 - 972 520 002 - Fax 972 550 170 - emporda@empordas.com - www.fructicolaemporda.cat

JOSEP MARIA CORNELL / Gerente de la empresa Girona Fruits

“Detrás de cada una de nuestras manzanas de Girona Fruits están más de dos mil familias”

Josep Maria Cornell remarca la extraordinaria calidad de la manzana de Girona de este año que “debe permitirnos disfrutar comiendo manzana nacional a un precio muy competitivo. Por todo ello esperamos un incremento importante de consumo respecto al año pasado”. Sobre la compañía comenta que mantienen su apuesta para las variedades que presentan mayor adaptación al cambio climático y que incrementan la calidad gustativa de las tradicionales.

Valencia Fruits. Una visión de futuro para los próximos años del mercado de la manzana.

Josep Maria Cornell. Apuntaría diversos aspectos. Habrá nuevas variedades adaptadas a la demanda del consumidor y al cambio climático, que irán apareciendo en el mercado, que jugarán un papel importante en el futuro de la manzana. Otro aspecto será que el producto de proximidad, enmarcado dentro de la sostenibilidad y respeto al medio ambiente, ganará terreno y subirá posiciones en la escala de valor del consumidor.

También se ampliará la gama de variedades ofertadas de tal forma que cada consumidor pueda encontrar la manzana que se adapta a sus preferencias en el lineal. En este sentido, en un producto de buena conservación y alta gama de sabores y texturas, triunfará el lineal que ofrezca un surtido más amplio de sabores que el actual típico de colores.

VF. Siguen en la línea constante de inversión y sostenibilidad. ¿En qué proyectos están embarcados?

JMC. En estos momentos, como todas las empresas, estamos en el proceso de inversión para la reducción de los costes energéticos y generación de energía para el autoconsumo. En la actualidad el coste de la electricidad representa un problema muy difícil de gestionar.

En paralelo seguimos inmersos en iniciativas relacionadas con transporte de envases y paletizado, red antiincendios, limpieza y desinfección de envases, adaptación y ampliación al transporte eléctrico...

VF. Anteriormente ya ha mencionado la tendencia hacia variedades adaptadas al cambio climático. Ustedes ya hace algún tiempo que trabajan en nuevas variedades adaptadas a territorios cálidos, ¿qué puede avanzar?

JMC. Mantenemos nuestra línea de inversión y apuesta para las variedades que presentan mayor adaptación al cambio climático y que incrementan la calidad gustativa de las variedades tradicionales. Es un proceso lento que irá dando sus frutos en los próximos años con una mejora importante en la oferta de manzana de Girona Fruits con nuevas variedades de alta calidad.

VF. A nivel de producción, ¿en qué cantidades y calidad se mueve Girona Fruits este año?

JMC. La calidad de la manzana de Girona este año es extraordinaria en todos los parámetros: sabor, calibre y coloración. En consecuencia, se ha incrementado el porcentaje de manzana de alta calidad que reúne las condiciones para su venta como manzana de Girona, esperando incrementar hasta unas 30.000 toneladas la producción comercial.

VF. Ustedes destinan gran parte de su producción al mercado interior. ¿Cómo invitaría al consumidor a decantarse por su manzana frente a otras de orígenes europeos?

JMC. Con un mensaje basado en que es la manzana que reúne la mejor relación calidad/precio y que también reúne, con la misma importancia, los valores de proximidad, sostenibilidad, valor social, seguridad y responsabilidad. Detrás de cada una de nuestras manzanas están más de dos mil familias que como productores o trabajadores forman un bloque económico necesario para mantener nuestro sistema actual de bienestar social. Un consumo responsable, que valora la conservación del planeta, considera prioritario el consumo del producto nacional y de proximidad.

VF. Venimos de un año marcado por la pandemia de la COVID-19. ¿Cómo ha influido en el consumo de manzana bajo la óptica de Girona Fruits?



Josep Maria Cornell defiende el producto de proximidad. / OSCAR ORTEGA

JMC. La pandemia ha influido en todos los aspectos de la vida cotidiana, por tanto, también en el consumo. Ha afectado en los hábitos de compra, incrementando la adquisición en algunos puntos de venta y disminuyendo en otros. En manzana, en concreto, es difícil realizar una valoración respecto a las influencias de la COVID-19. En general el consumidor tiende a valorar progresivamente la manzana nacional y de proximidad, pero no podemos determinar si este proceso viene determinado por el efecto de la pandemia o por el mayor conocimiento y valoración del producto nacional como corriente generalizada en toda Europa, basada en la sostenibilidad y concienciación social.

VF. En el plano comercial, ¿qué apunta para la presente campaña?

JMC. Remarcar la extraordinaria calidad de la manzana de Girona de este año que debe permitirnos disfrutar comiendo manzana nacional a un precio súper competitivo. Por todo ello esperamos un incremento importante de consumo respecto al año pasado. En algunos lineales ya se está observando mayor venta aunque esperamos que se ponga de manifiesto de forma significativa en los próximos meses.

Indicación Geográfica Protegida

Poma de Girona tu manzana

pomadegirona.cat

Con la colaboración de:

Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació

Fons Europeu Agrícola de
Desenvolupament Rural:
Europa inverteix en les zones rurals

MIQUEL ROIG / Director general de Fructícola Empordà

“Somos muy conscientes del papel que jugamos como empresa de alimentación”

Miquel Roig, director general de Fructícola Empordà, ofrece en esta entrevista su opinión sobre aspectos que giran alrededor de la actividad comercial de la firma como la elección de partner para el mercado español de la manzana Tessa, su expectativas de campaña y sus objetivos, entre los que se encuentra consolidar una producción de unas 25.000 toneladas.

Valencia Fruits. ¿Cómo presentaría a Fructícola Empordà a un operador del sector?

Miquel Roig. Definiría a Fructícola Empordà como una firma muy comprometida con sus clientes. Somos muy conscientes del papel que jugamos como empresa de alimentación y garantizamos la seguridad alimentaria. También ponemos el máximo esfuerzo en cumplir nuestro compromiso de suministro constante de manzanas, durante los 12 meses del año, con la máxima calidad y a un precio competitivo.

La zona climática donde se encuentran ubicadas nuestras fincas de manzanos, en el litoral de Girona, a escasos metros del mar Mediterráneo, le confieren a nuestra fruta unas características cualitativas diferenciales con un plus de dureza y sabor.

VF. ¿Ya han cosechado sus primeras manzanas ecológicas? ¿Con qué fin y con qué expectativas de futuro?

MR. La idea es poder ofrecer a nuestros clientes la línea ecológica; no como sustituto de fruta convencional, sino como complemento. No tenemos experiencia de ventas pues será el primer año e iremos valorando su comportamiento para decidir si es necesario incrementar nuestro porcentaje de producción en el futuro.

VF. ¿En qué otras nuevas variedades están inmersos?

MR. Hace unos años plantamos un campo experimental con la variedad Tessa para evaluarla en nuestra zona. Los resultados han sido fantásticos y hemos sido elegidos como

los partners en España de esta variedad. Este invierno ya se empezó el plan de plantación a 3 años de unas 35 hectáreas. Estamos muy ilusionados con esta variedad, pues por sus características organolépticas y visuales estamos convencidos que será de las elegidas para formar parte de los lineales en los próximos años.

Por otro lado, estamos interesados en algunas de las variedades que van apareciendo del programa Fruit Futur, del que somos socios fundadores, que se centran en la búsqueda de nuevas variedades nacidas y, por tanto, adaptadas a nuestro territorio.

VF. Primer año con las placas fotovoltaicas en funcionamiento, ¿qué valoración realizan?

MR. Como estaba previsto en el diseño inicial de la instalación, en el primer año de vida hemos generado el equivalente al 30% de la energía total consumida en nuestras instalaciones. Hay que tener en cuenta que en nuestro sector el mayor consumo es en refrigeración de la fruta que provoca que la central consuma por igual día y noche.

Al precio actual de la energía es obvio que la amortización de las placas es más rápida pero, por otro lado, significa que estamos pagando el 70%



Miquel Roig, director general de Fructícola Empordà. / OSCAR ORTEGA

“Hemos sido elegidos como los partners en España del club de la manzana Tessa”

de la energía a precios prohibitivos que tendrán afectación importante en la cuenta de resultados de la empresa y, que más temprano que tarde, habrá que repercutir en los precios finales de venta si las empresas quieren subsistir.

VF. Describa el momento de campaña y las expectativas desde la perspectiva de Fructícola Empordà.

MR. En nuestro caso estamos finalizando la cosecha a falta de las últimas manzanas grannys y fujis. Hemos tenido una cosecha de aproximadamente un 20% más de volumen que la campaña pasada. En Fructícola Empordà este incremento viene dado básicamente por la entrada en producción de las fincas plantadas en los últimos años en respuesta al plan de expansión que creamos con el objetivo de crecer un 25% en 5 años y con la finalidad de dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes.

VF. ¿Qué objetivos se plantean a corto plazo?

MR. A corto plazo nos fijamos como objetivo consolidar una producción en torno a las 25.000 toneladas y el pleno desarrollo de la variedad Tessa.



La manzana Tessa destaca por sus características organolépticas y visuales. / FRUCTÍCOLA EMPORDÀ



giropoma
la manzana de Girona

Nuestras plantaciones, situadas en las fértiles llanuras de la provincia de Girona, y rodeadas por los parques naturales del Alto y Bajo Ampurdán, nos proporcionan una fruta singular, mimada por nuestros agricultores bajo la tutela de nuestro personal especializado, y con la calidad que garantiza la IGP Poma de Girona.



Camí Vell de Torroella, 3 - 17140, Ullà (Girona)
Tel. 972 755 025 - Fax 972 757 162 - www.giropoma.com

ÀLEX CREIXELL / Director de Giropoma Costa Brava

“Tenemos el propósito de alcanzar 40 millones de kilos de manzana en los próximos 10 años”

La valoración de las producciones europeas, la apuesta de la firma por la sostenibilidad y las nuevas variedades son algunos de los temas que comenta Àlex Creixell, director de Giropoma Costa Brava, en esta entrevista. Entre los objetivos de la compañía se encuentra pasar de 30 a 40 millones de kilos de volumen de producción de manzana e iniciar la línea de comercialización de producto ecológico.

Valencia Fruits. *¿En qué punto se encuentran sus plantaciones de nuevas variedades?*

Àlex Creixell. En nuevas variedades estamos trabajando en varias líneas. Una línea es la manzana Crips Red, conocida bajo la marca Joya®, donde ya hemos dado los primeros pasos. Para este año esperamos una producción de 400.000 kilos, con lo que ya podremos empezar a introducir esta magnífica manzana en nuestros mercados.

También hemos empezado las plantaciones de la variedad Candine, una manzana bicolor, que destaca por su aspecto y dulzor. Por sus características gustativas es una manzana idónea para el mercado español.

Seguimos con el plan marcado hace unos años para nuestra línea de manzana ecológica que estará en el mercado el año que viene después de los preceptivos tres años de cultivo y todos los certificados correspondientes.

VF. *Ustedes apuestan por invertir en robotización. ¿Apunte los principales motivos?*

AC. Hoy por hoy es un proyecto que estamos estudiando dentro de un replanteamiento tecnológico en el interior de nuestra central frutícola.

VF. *En el marco de esos replanteamientos, tienen marcado el objetivo de pasar de 30 a 40 millones de kilos de manzana.*

AC. En Giropoma Costa Brava tenemos el propósito de alcanzar 40 millones de kilos de manzana en los próximos 10 años. Este plan de ampliación pasa por aumentar la superficie de plantación destinadas a las nuevas variedades y mantener nuestras extensiones actuales con las variedades tradicionales, que vamos renovando.

VF. *Junto con las otras empresas de la IGP Poma de Girona, ¿entiende la sostenibilidad como un concepto transversal?*

AC. Sí, así es. Para nosotros la sostenibilidad es un concepto transversal que alcanza todos los ámbitos de la empresa.

Por ejemplo, la instalación de placas solares en nuestra central de Ullà fue una apuesta importante de la empresa, comprometida en la utilización de medios energéticos sostenibles y de respeto con el medio ambiente, y, por otra parte, ha supuesto un ahorro

importante en la factura eléctrica. Este año estamos acabando la instalación en todo el tejado de la central.

También seguimos con nuestro planteamiento de contribuir de forma paulatina en la reducción de plásticos. En este sentido, ponemos en marcha una segunda línea de confección de bandejas de cartón que se suma a la primera del año pasado. Se trata de una decisión empresarial, en línea con lo que demanda la sociedad y, sin duda, son cambios importantes y necesarios si deseamos caminar hacia un mundo más sostenible.

VF. *A nivel de producción, ¿qué volumen de manzana presenta Giropoma Costa Brava al mercado?*

AC. En la actualidad estimamos que alcanzaremos un volumen de producción de 33 millones de kilos. Como he comentado anteriormente, remarcar que será el primero año que disponemos de manzana Joya® para comercializar en el mercado.

VF. *A nivel de comercialización, ¿qué apunta para esta campaña?*

AC. Según nuestros datos, las principales producciones europeas alcanza unos volúmenes normalizados, alrededor de 11 millones de toneladas, aunque con alguna carencia en determinadas variedades como, por ejemplo, Granny Smith y Pink Lady. Entendemos que esta coyuntura se traducirá en un mercado bastante estable a lo largo del año.

VF. *Una comparación con el pasado año con la subida del consumo de frutas y hortalizas en general. ¿Qué han notado bajo la experiencia de Giropoma Costa Brava?*

AC. Durante los primeros meses de la pandemia el consumo de manzana, como otras frutas y hortalizas, experimentó un notable incremento de consumo. Transcurrido los siguientes meses el consumidor nacional ha incorporado en sus hábitos el consumo de más manzanas aunque es difícil de calibrar.

VF. *¿Qué objetivos tienen a la vista?*

AC. Nuestro objetivo marco es pasar de 30 a 40 millones de volumen de producción de manzana e iniciar la línea de comercialización de producto ecológico, continuando con nuestros objetivos habituales

de alargar la campaña y proveer a nuestros clientes durante los doce meses del año, consolidar nuestros mercados y ofrecer a nuestros clientes un producto de gran calidad de forma continuada a lo largo del año para conseguir ser una referencia en el mundo de la manzana.



Àlex Creixell, director; David Casadellà, vicepresidente; Miquel Robles, comercial, y Venanci Grau, presidente de Giropoma Costa Brava. / OSCAR ORTEGA

“En la manzana Crips Red, conocida bajo la marca Joya®, ya hemos dado los primeros pasos. Para este año esperamos una producción de 400.000 kilos”

“Para nosotros la sostenibilidad es un concepto transversal que alcanza todos los ámbitos de la empresa”

“Ofrecemos a nuestros clientes un producto de gran calidad de forma continuada durante todo el año”

gironafruits
nuestra fruta
naturalmente

GIRONA FRUITS

Ctra. Palamós, 7 - 17462 Bordils - Girona
Tel. 972 490 002 - Fax 972 490 029
www.gironafruits.com



Lona en colaboración con Miñana Sangerman en el mercado de El Puig (Valencia). / BLUE WHALE

STEPHANIE CARMINATI / Responsable del mercado de España y Portugal de Blue Whale

“Queremos cubrir mercados secundarios y más territorio”

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Qué es lo que hace extraordinarias a las manzanas de Blue Whale?

Stephanie Carminati. En Blue Whale queremos que la gente encuentre placer, algo que compartir y repita.

VF. ¿Cómo se presenta la campaña este año en España?

SC. Prevemos una cantidad global similar al año pasado, aunque esperamos más cantidad para España, sobre todo en Fuji, ya que el año pasado fue un año deficitario en

esa variedad y por la propia alternancia del cultivo esperamos que este año sea mayor.

VF. ¿Qué nuevas variedades va a encontrar el consumidor español?

SC. Este año estamos proponiendo una nueva marca, sobre todo enfocada hacia el País Vasco: Coeur de Reine. Se trata de una manzana ligeramente acidulada, que corresponde al mercado del norte. También tendremos la Candine. Hay que destacar que este año las manzanas bicolors tienen mucho color, debido al tiempo excepcional que hemos tenido.

VF. ¿Cuáles son las características de Candine?

SC. Candine es una mezcla de Fuji y Ariane. Fuji para el dulzor, Ariane para su dureza y aguante. Se trata de una variedad que desarrollamos tanto en convencional como en ecológico y que tiene un gran aguante en conservación. Esto favorece la exportación a nivel mundial mientras que la Fuji por sí misma no soporta largos trayectos.

VF. ¿Hay alguna diferencia entre las preferencias de los consumidores españoles y los de otros países?

SC. Por lo general a los españoles les gustan más las manzanas dulces tipo Fuji. Aunque, por supuesto, los mercados no son los mismos en todo el territorio. Manzanas como Pink Lady son universales (o casi) mientras que a España le gusta mucho una Fuji o una Reineta (Canada Gris). La primera para comer, la segunda para guisar. El tamaño de las manzanas también es una característica del mercado español. Un inglés o un asiático ira más a manzanas de tamaño pequeño, mientras que a un español le gustara más un tamaño superior. De hecho, muy superior.

VF. ¿Qué estrategia van a seguir en España para apoyar en el punto de venta?

SC. Para aumentar nuestra presencia en los puntos de venta este año estamos probando con promotores de venta en tres zonas: Valencia, Madrid y Bilbao/San Sebastián. Lo que queremos es conocer mejor a las fruterías que nos compran productos, y poder estar más cerca de ellos, proponiéndoles un marketing y ofertas adaptadas.

VF. ¿Qué objetivo se marcan para este año?

SC. Prevemos mantener presencia con nuestra marca principal Blue Whale, con variedades tradicionales (Fuji, Gala, Granny, etc.). Y con las variedades ‘club’ o exclusivas Blue Whale, como Pink Lady, Envy, Coeur de Reine y Candine. Variedades y marcas acordes a los gustos de los consumidores de los más de 75 países a los que exportamos. Estamos también en proyectos con visión global. Nuestro objetivo es entrar en mercados secundarios y cubrir aún más territorio.



Elegir las manzanas Blue Whale, es elegir unas frutas cultivadas exclusivamente por productores respetuosos con la naturaleza y los hombres. Es fidelizar sus compradores proponiéndoles frutas sanas, sabrosas, y productos con técnicas modernas de respeto del medio ambiente.

BLUE-WHALE.COM

