

# valencia fruits

30 de noviembre de 2021 • Número 2.962 • Año LIX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



El president de la Generalitat, Ximo Puig, lideró la delegación que defendió en Bruselas medidas para paliar la falta de reciprocidad en los cítricos sudafricanos. / RF

## Avance hacia la reciprocidad en el comercio citrícola europeo

El sector citrícola unido defiende en Bruselas el *cold treatment* para Sudáfrica

► **RAQUEL FUERTES. BRUSELAS.** Representantes de las principales organizaciones relacionadas con el sector citrícola (Intercitrus, Comité de Gestión de Cítricos, AVA-Asaja, La Unió, Asaja Alicante, UPA y Cooperatives Agroalimentàries) acudieron [a Bruselas a una reunión con Sandra Gallina, directora general de Salud y Seguridad Alimentaria de la UE. Liderados por el president de la Generalitat, Ximo Puig, y acompañados por representantes de la Conselleria de Agricultura y el embajador representante per-

manente adjunto, así como con la eurodiputada Rodríguez-Piñero, los asistentes solicitaron que se aplique el tratamiento en frío (*cold treatment*) a los cítricos que Europa importa desde Sudáfrica para evitar la falsa polilla.

El sector citrícola europeo, representado por esta delegación, viene denunciando la falta de reciprocidad en la condiciones de los cítricos exportados por Sudáfrica. Esa falta de reciprocidad genera una competencia desleal que ataca directamente al mercado de cítricos europeos, zona productora

en la que se cumplen estrictos protocolos de sanidad vegetal, aplicación de materias activas y condiciones laborales justas.

Sudáfrica ya exporta cítricos a otros países con este tratamiento para evitar la expansión de la devastadora plaga de la falsa polilla. Sin embargo, este requisito no está contemplado en sus exportaciones a la UE y los productores se ven doblemente amenazados por los menores costes (lo que implica precios más competitivos para su fruta) y, sobre todo, por el peligro de que la temida plaga llegue a

Europa al no estar correctamente tratada la fruta. En esta primera reunión se ha dado un importante avance para que en la próxima campaña sudafricana esté ya vigente la exigencia del *cold treatment* de modo que los cítricos europeos compitan en igualdad de condiciones y sin poner en riesgo la sanidad vegetal. Los asistentes a la reunión mostraron una moderada satisfacción ante lo que supone un primer e importante paso hacia la reciprocidad.

Más información en pág. 3



Esta semana

4 La feria Fruit Logistica pospone su celebración al mes de abril de 2022



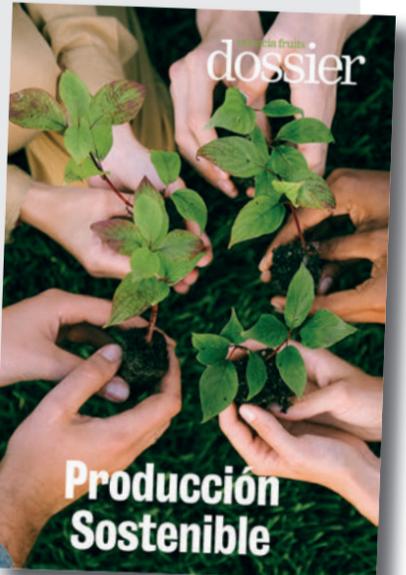
6 Artículo de opinión de Inmaculada Sanfeliu: "La UE juega a la ruleta rusa con nuestras plantaciones cítricas"

8 La Mesa Nacional del Ajo prevé cerrar la campaña sin existencias

9 Agricultores españoles de frutas y hortalizas protestan en Madrid



Hortalizas de invierno Págs. 11 y 12



ÍNDICE

Agrocomercio: ..... 3  
Agrocultivos: ..... 10  
Agrocotizaciones: ..... 13  
Noticias de empresas: ..... 18

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@fomesafruittech.net  
46469 Beniparrell - Valencia (España) | F. +34 96 121 41 13 | www.fomesafruittech.net

valencia fruits

Les informamos que el próximo número de nuestra publicación saldrá el martes 14 de diciembre

Tel.: 96 352 53 01  
www.valenciafruits.com  
info@valenciafruits.com

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 y Suscripciones**

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ 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**

# Agricultura y mediterraneidad en la nueva Europa

Por GONZALO GAYO

**N**extGenerationEU es más que un plan de recuperación, es una oportunidad única de salir reforzados de la pandemia, transformar nuestras economías y sociedades, y diseñar una Europa que funcione para todos. En esa nueva Europa la agricultura debe jugar un papel muy importante así como una mayor mediterraneidad que impregne el ADN europeo.

En tiempos muy complicados hemos conseguido lograr acuerdos históricos que nos permiten mirar el futuro con esperanza y optimismo, desde la unidad y solidaridad. Tenemos una visión y un plan tras acordar invertir juntos 806.900 millones de euros.

Caminamos hacia una Europa más saludable, más verde y más digital en la que la agricultura jugará un papel vital a medida que se vaya disponiendo de financiación de NextGenerationEU y que se vayan poniendo en marcha los proyectos.

Europa se convertirá en el primer continente climáticamente neutro de aquí a 2050 y no hizo falta la cumbre de Glasgow para anunciar este acuerdo alcanzado en plena pandemia. Hemos rubricado el mayor acuerdo alcanzado entre países desarrollados con el compromiso de no producir más gases de efecto invernadero de los que nuestros ecosistemas puedan absorber de forma natural. Gracias a NextGenerationEU, invertiremos en tecnologías respetuosas con el medioambiente, crearemos vehículos y transportes públicos más ecológicos, y conseguiremos que nuestros edificios y espacios públicos sean más eficientes desde el punto de vista energético.

El compromiso es devolver a las futuras generaciones un entorno natural protegido desde la mejora de la calidad del agua de nuestros ríos y mares, reducción de los residuos y los desechos plásticos, replantación de miles de millones de árboles y recuperaremos las abejas. La UE impulsará también espacios verdes en las ciudades y aumentaremos el uso de energías renovables.

En el corazón de esta revolución verde que marcará el ADN de Europa estará una agricultura más respetuosa con el medioambiente, de modo que nuestros alimentos sean más saludables. La revolución de la agricultura se sustentará con la aportación e impulso tecnológico.



En la nueva Europa, la agricultura jugará un papel clave. / GG

Los próximos diez años serán la década transformación digital de Europa! Gracias a NextGenerationEU y veremos las ventajas que supone para la agricultura y especialmente en la España despoblada.

Para construir el futuro necesitamos con urgencia jóvenes y especialmente el liderazgo de la mujer. Lo que más urge es rejuvenecer el campo y para ello es imprescindible dotar de certidumbres el futuro de una actividad esencial para Europa. Solo el 11% de todas las explotaciones agrícolas de la Unión Europea están dirigidas por agricultores menores de 40 años, y hay que persuadir desde ya a miles de jóvenes para que comiencen a liderar el futuro de la agricultura europea y los grandes desafíos a los que se enfrenta generando nuevos empleos y riqueza.

Ante el envejecimiento de la población agrícola, la UE está intensificando sus esfuerzos para animar a los jóvenes a dedicarse a la agricultura. Los jóvenes agricultores reciben una mano amiga para que sus negocios despeguen con subvenciones para la puesta en marcha, ayudas a los ingresos y beneficios como formación adicional.

Apoyar a la próxima generación de agricultores europeos no solo mejora la competitividad futura de la agricultura de la UE, también ayuda a garantizar el suministro de alimentos de Europa durante los próximos años.

Desde Bruselas señalan que los jóvenes agricultores reciben ayuda adicional de las medidas de apoyo a la renta de la UE en forma de pago para jóvenes agricultores conocido por las siglas YFP. Como regla general, las autoridades nacionales deben reservar hasta el 2% de su asignación total de fondos de apoyo a los ingresos para el YFP.

Hay también una serie de herramientas que permiten articular ayudas en el número de hectáreas por finca que recibirán apoyo o elegir uno de los métodos de cálculo de hasta el 50% de los pagos de ayuda a la renta de los agricultores o incluso decidir si los beneficiarios de YFP deben tener las habilidades adecuadas y/o cumplir con ciertos requisitos de capacitación.

Además se debe dar prioridad a los agricultores jóvenes cuando se trata de recibir derechos de pago básicos de la reserva nacional/regional y articular programas de desarrollo rural a menudo proporcionan medidas adicionales para ayudar a los jóvenes agricultores a comenzar. Este apoyo puede incluir subvenciones, préstamos o garantías diseñadas para ayudar al desarrollo de empresas rurales o asesoramiento sobre la mejor forma de entrar en la agricultura y de todo ello debería desarrollarse medidas con objetivos claros.

También en el desarrollo rural Europa impulsa el apoyo a jóvenes agricultores a través del Fondo Agrícola Europeo para el Desarrollo Rural- FEADER y la experiencia del Banco Europeo de Inversiones. En total, esta ayuda ascenderá a 1.000 millones de euros y los préstamos serán gestionados por bancos locales y empresas de leasing que operan en toda la UE.

El pilar de esta revolución verde que va a experimentar la agricultura europea se reforzó el pasado junio, tras amplias negociaciones entre el Parlamento Europeo, el Consejo de la UE y la Comisión Europea, con el acuerdo sobre la reforma de la política agrícola común PAC, que comenzará su implantación en enero de 2023.

Gracias a NextGenerationEU y al dialogo permanente de los países construiremos una UE más segura y saludable para estar mejor preparados ante cualquier crisis futura. Sin duda una gran oportunidad que no podemos desaprovechar.

**LA PLANTA BAJA**

LUISFU



# Agrocomercio



La delegación valenciana, en representación del sector cítrico europeo, con el president Ximo Puig al frente, en la DG Santé. / GVA

## Importante paso hacia la reciprocidad en Bruselas

El sector cítrico valenciano, con el president de la Generalitat al frente, exige el tratamiento en frío para los cítricos que Sudáfrica exporta a la Unión Europea

► RAQUEL FUERTES. BRUSELAS.

La delegación de la Comunitat Valenciana, representando al sector cítrico europeo y encabezada por el president de la Generalitat, Ximo Puig, se reunió en Bruselas con Sandra Gallina, la directora general de Salud y Seguridad Alimentaria de la DG de Santé de la Comisión Europea. Al finalizar la reunión el president resumió el resultado de la misma: “Es un paso adelante desde la cohesión y unidad del sector, no solo de los valencianos, sino de Europa” a la hora de exigir el tratamiento en frío para los cítricos que Sudáfrica exporta a la UE. Esta reunión era muy importante para iniciar el procedimiento necesario para exigir este tratamiento que implica el inicio del camino hacia una competencia en igualdad de condiciones y, sobre todo, la salvaguarda de la sanidad vegetal. Algunos de los asistentes a la reunión mostraron una sensación “agridulce” a la salida quizás porque esperaban un mayor avance en esta primera toma de contacto, aunque la impresión más generalizada para los asistentes coincidía en considerar un buen inicio los pasos dados en esta importante reunión.

La exigencia de la aplicación del tratamiento en frío pretende impedir que la plaga de la falsa polilla (*Thaumetotibia leucotreta*) llegue a Europa. Se trata de una plaga con efectos devastadores que pondría en serio riesgo la producción cítrica europea. Además, se suman las circunstancias de que Sudáfrica ya exporta a otros países asiáticos y a EEUU utilizando este tratamiento, al igual que hacen los cítricos españoles al exportar a zonas productoras para evitar la propagación de la *Ceratitidis*. En definitiva, se exige reciprocidad en las condiciones de exportación de cítricos en ambas direcciones en aras de

garantizar la sanidad vegetal en la línea de las “cláusulas espejo” que Luis Planas anunció que defenderá en Bruselas que los productos importados cumplan los mismos estándares que la UE.

### ■ LA REUNIÓN

La delegación valenciana encabezada por el president contó con la presencia de la consellera de Agricultura, Mireia Mollà; el embajador representante permanente adjunto ante la UE, Raúl Fuentes; el secretario autonómico de Agricultura, Roger Llanes, y la eurodiputada Inmaculada Rodríguez-Piñero. Por parte del sector cítrico, han acompañado al president responsables de Intercitrus y Comité de Gestión de Cítricos, AVA, Unió de Llauradors, Asaja-Alicante, UPA y cooperativas agroalimentarias. Precisamente, la unión del sector es uno de los grandes hitos en esta lucha por la reciprocidad.

El president subrayó que la directora general salió de la reunión teniendo “más claro que nunca” que resulta una “urgencia” actuar contra los problemas de plagas generados por la falta de control fitosanitario a las importaciones procedentes de Sudáfrica. Puig se mostró convencido de que la postura planteada por la delegación valenciana, expuesta ante Sandra Gallina con “argumentos sólidos y solventes”, representa “un paso hacia adelante importante” que podrá tener efecto antes del inicio de la próxima campaña cítrica sudafricana.

Tal y como señalaba Puig, tanto la Generalitat como el conjunto del sector y el propio Gobierno central, a través de la Representación permanente ante la UE, “han planteado claramente a la máxima autoridad sanitaria europea que este es un problema de seguridad alimentaria”, y la representante comunitaria ha salido

“convencida” de la necesidad de actuar de forma “urgente”. “Tenemos una situación en la que el campo en la Comunitat Valenciana está sufriendo unas plagas que vienen de fuera y que la UE debe frenar de la manera más rápida que pueda ser posible”, subrayaba el president, añadiendo que “No es razonable que aquello que está funcionando ya para la exportación a EEUU no pueda ser posible hacia la UE”. Ximo Puig defendió que no se puede producir un debate “a dos niveles” en el que impere el criterio “económico”, de abatamiento de precios, planteado por algunos países europeos del Norte, en detrimento de la salud de la ciudadanía europea.

Tras afirmar que “tenemos que insistir con rotundidad y hay un gran acuerdo por parte del conjunto del sector y contamos con el apoyo de las instituciones españolas”, el president agradeció a los miembros de la delegación el planteamiento de todos los puntos durante la reunión, “muy clarificador, muy directo y con una gran dosis de solvencia”. “Se han dado argumentos sólidos y solventes. Es un paso hacia adelante importante y vamos a continuar trabajando”.

Puig aseveró que “hay que buscar una solución global, y no solo por Sudáfrica, sino porque no se cumplen los reglamentos fitosanitarios” marcados con estándares europeos. “No se trata solo de defender a los productores sino también de la seguridad alimentaria de los ciudadanos europeos. Europa ha de garantizar la seguridad alimentaria”.

### ■ ANÁLISIS Y REACCIONES

Rodríguez-Piñero aseguró que “la reunión con la directora general de Santé ha sido un hito para la citricultura valenciana. Primero porque nunca antes el sector había podido plantear sus reivin-

dicaciones en persona y a este nivel. Segundo, porque estamos en pleno proceso de negociación del tratamiento en frío y es importante que la Comisión empatice con nuestros agricultores. Y tercero, porque el sector ha demostrado que está unido y viene a Bruselas de la mano de la Generalitat y el Gobierno de España. Así es como se trabaja y se hace lobby en Bruselas. Anticipándonos a la legislación”. La eurodiputada añadió que “creo que hemos conseguido que la Comisión tenga en cuenta las demandas del sector. El siguiente paso es poner de acuerdo a los 27 estados miembros. Va a ser difícil, pero estamos dando pasos en la buena dirección. Hay que seguir trabajando todos juntos y no cejar en el empeño”.

Por su parte, Cristóbal Aguado, presidente de AVA-Asaja, se mostró “moderadamente optimista tras la reunión” porque los “datos son apabullantes: Sudáfrica exporta a EEUU con tratamiento en frío y puede hacerlo exactamente igual a España y a toda Europa”. Añadió que “3 o 4 céntimos es perfectamente asumible y creo que las autoridades comunitarias lo tienen muy claro”, aunque señaló que las mismas interlocutoras de la UE han reconocido que “la política también pesa mucho” en las relaciones con un país con tanto peso como Sudáfrica. Aguado también alertó de las dificultades que supondría la entrada de una nueva plaga en Europa, más teniendo en cuenta que la falsa polilla es la tercera plaga más importante del mundo, y con la agravante de la reducción constante de materias activas. Aguado se mostró optimista al contar con el apoyo de la mayoría de países de Europa, “excepto de la comercialización de los grandes mayoristas alemanes, belgas y holandeses”, y señaló que “si lo trabajamos bien, perseguimos el tema y va-

mos todos en un bloque, con una voz única como ha ocurrido aquí, tenemos motivos para pensar que puede ser positivo”.

Más escéptico fue Carles Peris, de La Unió, quien aseguró tener “una cierta decepción porque veo que no hay un movimiento claro en defensa de la sanidad vegetal europea y que se preocupan más del comercio. Hemos visto una Comisión que está pensando más en la laxitud del comercio y no en la protección de la sanidad vegetal de sus productores”. El secretario general de La Unió apuntaba también que “vemos que la DG de Sanidad, entiende el problema que tienen los citricultores valencianos en cuanto a la introducción e interceptaciones de plagas, pero vemos una Comisión que, pese a que tiene datos suficientes y evidencias, a través de los informes presentados, para tomar actuaciones, pensamos que no van a venir de forma urgente. Y el sector cítrico valenciano no puede esperar más”.

Sobre este aspecto, Ximo Puig mostró cierto optimismo y espera que en la siguiente campaña (Sudáfrica está acabando ahora su campaña cítrica) ya se pueda aplicar la exigencia del *cold treatment* demandada en busca de esa reciprocidad en las importaciones que señalaba también Cirilo Arnandis: “Lo que hemos pedido es, simplemente, reciprocidad: lo que se aplica para otros países que se aplique a aquellos que vienen aquí. Hay que exigir que se aplique por coherencia, por trazabilidad y por respeto al sector productor”. Destacó el peligro de perder el 25% de la producción en caso de que la plaga llegara a Europa “sería drástico”.

Con un cierto “sabor agridulce” salió de la reunión Inmaculada Sanfeliu, a quien el president felicitó por su intervención en la reunión. Sanfeliu aseguró que “el logro importante es que hemos llegado hasta aquí, una situación sin precedentes”, recalando la importancia de que, además, todo el sector acudiese unido y apoyado por todas las administraciones. Apuntó que la unión del sector se ha dado ante la dificultad de la situación que atraviesa. Marcó también la prioridad del sector: “defender la sanidad vegetal de nuestro principal cultivo. No olvidemos que en la Comunitat somos líderes en producción y exportación”. Sanfeliu ve “importantes logros en las propuestas legislativas de la Comisión para una de las enfermedades importantes, como es la Mancha Negra, y, sin embargo, el otro problema, el tratamiento en frío para las importaciones para evitar la propagación de la falsa polilla se han hecho unos planteamientos que tienen en consideración los intereses geopolíticos, por encima del interés real de proteger la sanidad de los cítricos”. “Tenemos que mantener una presión muy elevada, nos hemos ofrecido técnicamente para aportar toda la documentación que haga falta”, aseguró la presidenta de Intercitrus. “No será fácil. Pero hay que recalcar como positivo que el sector está unido y que es un hito haber llegado hasta aquí todos juntos”.



■ A 27 DE NOVIEMBRE

## Exportados 91.301.615 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2021/2022, a 27 de noviembre, se han enviado a países terceros, en exportación (90.869.081) y reexportación (432.534), un total de 91.301.615 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2020/2021, a 28 de noviembre de 2020, lo exportado eran 66.442.380.

Países de destino (Kg):	Campaña 21/22		Campaña 20/21	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	83.078		113.288	1.294
Arabia Saudita	3.764.684		7.836.966	
Argentina	22.080		317.917	
Australia	24.245		71.273	
Bahrain	60.570		78.670	
Bielorrusia	609.908	4.950	721.396	
Bosnia-Herzegovina	55.852			
Botsuana			22.880	
Brasil	1.651.389		3.651.632	
Burkina Faso			21.922	
Cabo Verde	89.299	15.192	32.372	
Canadá	10.835.718		19.263.571	22.950
China			44.370	
Colombia	119.337		89.338	
Costa de Marfil	20.461	24.452	14.128	4.787
Costa Rica	134.352		141.693	
Curaçao			70.140	
Emiratos Árabes Unid	1.779.170		3.425.463	
Estados Unidos	113.324		22.410	
Gabón	7.643		147.969	
Ghana	25.888		66.330	
Gibraltar	79.230	13.399	75.863	11.433
Gran Bretaña	47.825.557	71.868		
Guatemala	25.372		91.414	
Guinea	6.013	4.003	12.340	3.060
Guinea Ecuatorial	79.891	54.328	97.742	36.828
Guinea-Bissau	5.240			
Honduras	22.540			
Hong-Kong	2.410		412	
India			1.388	
Islandia	400.634		311.360	
Jordania			48.100	
Kazajistán	356		327	
Kuwait	81.515		73.200	
Liberia	6.588			
Malasia	154.245		155.552	
Mali	7.942	6.795	119.774	14.361
Marruecos			73	84
Mauritania	2.453	6.391	45.496	1.469
Moldavia	82.037	2.002	144.137	
Nigeria			49.260	
Noruega	6.641.945	640	8.015.401	
Omán	277.111		843.890	
Panamá	153.899		362.062	
Qatar	520.915		1.116.617	
Rep. Centroafricana		118.455	7.275	75.708
Senegal	1.080	60	22.275	
Serbia	582.299		801.307	
Sierra Leona	7.028		4.320	
Singapur	499		22.080	
Sri Lanka	47.884			
Sudáfrica	178.803		87.153	
Suiza	13.459.857	103.472	16.097.878	158.049
Ucrania	795.556	6.529	1.196.668	
Uruguay	23.184		155.267	
<b>Por variedades (Kg):</b>				
Clausellina	244.809	800	6.636	
Satsuma	10.860.659	198	2.070.147	9
Clementina	35.603.658	7.016	27.028.679	734
Clementina hoja	5.501.256	769	5.005.138	
Clemenvilla	582.248		82.521	
Fortuna	1.088			
Ortanique	4.193		1.036	
Ellendale	70			
Otras mandarinas	2.261.040	10.734	105.971	10.262
Uso industrial	94.819			
Nadorcott		31.201	1.313	35.213
■ TOTAL MANDARINAS	55.153.840	50.717	34.301.442	46.219
Navelina	16.518.519	5.138	25.521.881	19.566
Navel	1.613.600	1.938	170.518	
Navel Late	23.616	2.108	10.144	257
Lane Late	30.693		54.580	
Salustiana	124.370		104.691	
Cadenera	12.563			
Sanguina	1.440			
Valencia Late	271.781	168.116	219.900	109.709
Verna	548.828	664	1.606	23
Otras	861.721	54.699	224.164	39.791
Uso industrial	60.543		85.427	
Navel Powel	49.034			
Barberina	88.393		3.215	47
■ TOTAL NARANJAS	20.205.101	232.663	26.396.127	169.392
■ TOTAL LIMONES	14.665.274	141.599	4.733.974	106.220
■ TOTAL POMELOS	837.597	7.496	680.814	8.108

# Fruit Logística se pospone a abril de 2022

La próxima edición de la feria comercial de referencia internacional del sector se celebrará del 5 al 7 de abril

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Es probable que la situación empeore en muchos países de Europa debido a la cuarta ola de coronavirus. A su vez, la industria sigue apostando por un encuentro presencial para poder interactuar en persona. En este contexto, Messe Berlin ha decidido posponer Fruit Logística hasta después de la cuarta ola. Esto significa que Fruit Logística 2022 tendrá lugar del martes 5 de abril al jueves 7 de abril.

“Nos mantenemos fieles al lema *Meet onsite again*. No preveemos que la situación del coronavirus se relaje hasta febrero con las medidas adoptadas. La nueva fecha permite que Fruit Logística valga la pena para nuestros invitados y expositores internacionales. Esperamos poder acoger de nuevo a personas de todo el mundo en mejores con-



La situación sanitaria actual ha llevado a trasladar la feria a primavera. / VF

diciones”, explica el director de proyecto Kai Mangelberger con respecto a la decisión. Con expositores procedentes de más de 80

países, Fruit Logística volverá a representar toda la cadena de valor mundial del sector de frutas y hortalizas en abril de 2022.

## La exportación hortofrutícola sube un 2,5% hasta septiembre

Fepex destaca que el volumen de la importación también ha aumentado y lo hace en un porcentaje mayor, un 6,3%

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La exportación española de frutas y hortalizas frescas hasta septiembre se ha situado en 9,6 millones de toneladas, lo que supone un aumento del 2,5% respecto al mismo periodo de 2020, y la importación ha totalizado 2,6 millones de toneladas, con un crecimiento del 6,3%, según los últimos datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En valor, las ventas al exterior crecieron un 5,6% y las importaciones un 4%.

La exportación de hortalizas hasta septiembre de 2021 se ha situado en 4 millones de toneladas, un 2% más que en el mismo periodo de 2020, por un valor de 4.630 millones de euros (+6,3%). Lechuga y coles fueron las que más crecieron en el periodo analizado, con 550.989 toneladas (+6,5%) por un valor de 963 millones de euros (+16%) en el caso de la lechuga y 411.419 toneladas (+5%) por un valor de 471 millones de euros (+4%) en el caso de las coles.

El pimiento también registró un comportamiento positivo con 583.767 toneladas (+1%) y 901 millones de euros (+7%). El tomate descendió en cuanto a volumen exportado en un 8% situándose en 477.346 toneladas, pero el valor mejoró un 3,5% situándose en 692 millones de euros.

La exportación de frutas en los nueve primeros meses del año creció un 3% respecto al mismo periodo de 2020, totalizando 5,5 millones de toneladas por un valor de 6.761 millones de euros (+5%), siendo la naranja la fruta más exportada, con más de un millón de toneladas, seguida de la sandía que experimentó un fuerte crecimiento



Lechuga y coles fueron las hortalizas que más crecieron en las exportaciones realizadas hasta el mes de septiembre de 2021. / ARCHIVO

**En el grupo 'frutas', la naranja y la sandía han sido los productos con mayor volumen de exportación**

del volumen del 11%, totalizando 919.438 toneladas, aunque el valor fue el mismo que el año anterior, con 476,6 millones de euros. Tras la sandía las frutas más exportadas fueron mandarina, limón, nectarina, melocotón y fresa.

En cuanto a las importaciones subieron las de frutas, en un 9%, totalizando 1,5 millones de toneladas por un valor de 1.782 millones de euros (+6,7%), destacando el fuerte crecimiento del aguacate, con un 29% más tanto en volumen como en valor, totalizando 168.498 toneladas y 322 millones de euros

respectivamente. Las compras al exterior de manzana también crecieron un 11% en volumen y valor, situándose en 139.444 toneladas y 123 millones de euros respectivamente.

La importación de hortalizas también creció en el periodo de enero a septiembre de 2021 con 1 millón de toneladas (+2%), mientras que el valor se redujo un 3%, situándose en 619 millones, debido al comportamiento de la patata, que sigue siendo el producto más importado de toda la categoría.

Las importaciones de patata se mantuvieron respecto al año pasado en cuanto a las cantidades, con 599.809 toneladas (+1%), pero el valor se redujo en un 17% descendiendo a 153,5 millones de euros, propiciando el descenso global de la categoría de hortalizas, según los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, procesados por Fepex.



# 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**  
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS



@Citrosol\_com



CITROSOL

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

[info@citrosol.com](mailto:info@citrosol.com)

## OPINIÓN

# La UE juega a la ruleta rusa con nuestras plantaciones cítricas



Por INMACULADA SANFELIU (\*)

Una delegación de la Comunitat Valenciana, encabezada y liderada por el presidente de la Generalitat, Ximo Puig, se ha reunido este pasado miércoles en Bruselas con la directora general de Salud y Seguridad Alimentaria de la UE, Sandra Gallina, y un miembro de su equipo, la jefa de Unidad de Sanidad Vegetal, Dorothee André. Junto al presidente de la Generalitat, respaldando y arropando a la delegación de representantes de las distintas organizaciones cítricas valencianas, también han participado en la citada reunión la consellera de Agricultura de la Generalitat, Mireia Mollà; el Embajador Representante Permanente Adjunto de España ante la UE, Raúl Fuentes; el secretario autonómico de Agricultura de la Generalitat Valenciana, Roger Llanes, y la eurodiputada del PS-PV-PSOE y miembro de la Comisión de Comercio Internacional, Inmaculada Rodríguez Piñero. Por la citricultura valenciana han participado el presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado; el presidente de Asaja-Alicante, José Vicente Andreu; el secretario general de La Unió de LLauradors, Carles Peris; el representante de la UPA en Bruselas y yo misma, presidenta de Intercitrus y presidenta del Comité de Gestión de Cítricos.

Una vez más, las organizaciones cítricas han dado muestras de generosidad, cohesión y fuerza desde la unidad en la defensa de los intereses comunes del sector cítrico español, cediendo el protagonismo a Intercitrus, por encima de los intereses particulares de sus organizaciones miembros.

Cuando se trata de explicar el motivo de esta reunión a nadie debería escapársele la magnitud de este sector, el cítrico español, que produce 6,8-7,5 millones de toneladas (8 millones en la campaña récord, la 2018-2019), con un valor medio de 4.000 - 4.700 millones de euros, de los cuales, 3.144-3.666 millones de euros proceden de la exportación. Y con cinco comunidades autónomas implicadas en la producción y comercialización, a saber: Andalucía, Región de Murcia, Comunidad Valenciana, Cataluña y Baleares.

En la Comunidad Valenciana el comercio exterior de agrios es el tercero por orden de magnitud, por detrás de los sectores del automóvil y la cerámica, con un valor anual de 2.200-2.500 millones de euros, lo que supone el 67-68% del comercio exterior de cítricos de España y el 52% de la superficie cítrica nacional.

## ■ LA EFSA NOS DA LA RAZÓN

El más que evidente elevadísimo riesgo fitosanitario al que está sujeto el vergel cítrico de España y de la UE y, en consecuencia, la urgente necesidad de medidas para prevenir

Algunas especies vegetales huéspedes de *Thaumotobia leucotreta* con presencia en múltiples países de la UE (presencia significativa en superficie forestal-producción agrícola comercial)

ESPECIE	PAÍSES
<i>Quercus robur</i>	Totalidad de UE 27 (27 países)
<i>Vitis vinifera</i> (vid)	21 de 27 países
Fruta de hueso ( <i>Prunus</i> spp.)	
Melocotones y nectarinas	19 de 27 países (Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Croacia, Chipre, Rep. Checa, Eslovaquia, Eslovenia, España, Francia, Grecia, Hungría, Italia, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumania)
Ciruelas	25 de 27 países (Rumania, Francia, España, Italia, Polonia, Alemania, Hungría, Austria, Bulgaria, Portugal, Grecia, Rep. Checa, Eslovenia, Eslovaquia, Lituania, Chipre, Bélgica, Dinamarca, Malta, Luxemburgo, Estonia, Países Bajos, Letonia, Irlanda, Croacia)
Albaricoques	17 de 27 países (Italia, Francia, Grecia, España, Hungría, Rumania, Bulgaria, Austria, Polonia, Portugal, Chipre, República Checa, Eslovenia, Eslovaquia, Malta, Alemania, Croacia)
Olivo	8 de 27 (comercial)
Cítricos	7 de 27

Elaborado por la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica de la GVA a partir de Eurostat y diversas fuentes.

**España es obligada a exportar sus cítricos con tratamiento de frío por *ceratitis* a todos los países extracomunitarios que son productores de cítricos y, paradójicamente, no hay ningún país cítrico extracomunitario que tenga que exportar agrios a la UE con *cold treatment* por la falsa polilla**

**La citricultura española puede ser de nuevo víctima de la geopolítica, de condicionantes políticos externos así como de las exigencias de otra política común de la UE, la de cooperación al desarrollo, y del elevado grado de protección a Sudáfrica en el seno de la Comisión**

la introducción, propagación y establecimiento de la Mancha Negra (*Phyllosticta citricarpa* o *Citrus Black Spot*, CBS) y de la Falsa Polilla (*Thaumotobia leucotreta* o *False Codling Moth*, FCM) organismos nocivos foráneos no presentes en la UE y el control fitosanitario, han sido el objeto de esta reunión. Y en concreto, hemos solicitado que se aplique un tratamiento de frío (*cold treatment*) a cítricos de terceros países que pueden portar la Falsa Polilla con el objeto de eliminar el riesgo de entrada en la UE. La EFSA (Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria) ha reconocido que las medidas actuales (el llamado enfoque de sistemas) aplicadas por Sudáfrica (y elegidas a su conveniencia) no son suficientes ya que resultan ineficaces para garantizar la

ausencia de la plaga (necesaria para el riesgo cero que exige la normativa comunitaria en vigor) y concluye con un nivel inaceptable de certeza de ausencia de la plaga, dando así la razón a los postulados de España.

España es obligada a exportar sus cítricos con tratamiento de frío por *ceratitis* a todos los países extracomunitarios que son productores de cítricos y, paradójicamente, no hay ningún país cítrico extracomunitario que tenga que exportar agrios a la UE con *cold treatment* por la falsa polilla.

Que nadie lo olvide: la sanidad vegetal es nuestra prioridad y nos han abocado a jugar a la ruleta rusa cada día con el futuro de nuestras plantaciones cítricas. Las interceptaciones de cítricos importados en la UE

con organismos nocivos son ya 172 en lo que llevamos de 2021 (hasta finales de octubre), con Sudáfrica a la cabeza con 61 de esas 172, el 35,5% del total. Y, lo más preocupante, de esas 61 interceptaciones de Sudáfrica, 41 (el 67,2% de las 61) son del hongo CBS y 18 de FCM (Falsa Polilla), a las que deben sumarse las de Zimbabwe, 23 de CBS y 10 de FCM.

## ■ ELEVADO NÚMERO EN UNA MUESTRA BAJA

El elevado número de interceptaciones en el bajo volumen muestreado significa la entrada de muchos frutos infestados con individuos viables capaces de dispersarse y, por lo tanto, una probabilidad muy elevada de introducción y establecimiento de la plaga en la UE, y este baile de probabilidades significa jugar con fuego, incurriendo en responsabilidades, porque no se puede obviar que el objetivo de la norma es lograr la ausencia total de plaga en los frutos. El riesgo aumenta exponencialmente teniendo en cuenta el elevado volumen de cítricos importado de Sudáfrica en la actualidad (al que debe sumársele las importaciones de otros países con presencia de *Thaumotobia leucotreta*). En las 5 últimas campañas (hasta la campaña 2019/20) los volúmenes anuales de importación de Sudáfrica en contraestación en la UE-28 se han elevado a entre 650.000 y 840.000 toneladas por año.

Los niveles de interceptaciones en ambos casos son escandalosos, indecentes diría yo, intolerables. Sería verdaderamente lamentable, irresponsable y un desastre económico y medioambiental que organismos foráneos prioritarios y cuarentenarios como el CBS, el FCM y otros, que todavía no se han implantado en la citricultura española ni comunitaria pero suponen un enorme riesgo económico dada su gravedad, hicieran acto de presencia en la misma, por no aplicar a tiempo medidas preventivas en forma de protocolos de exportación y tratamiento de frío. Sería especialmente grave para España por su liderazgo en la exportación en fresco, y para la Comunidad Valenciana, por la dificultad añadida de medidas de erradicación en las condiciones de una citricultura minifundista y multiparcelada.

Además, la Mancha Negra, un hongo que durante lustros Sudáfrica ha repetido incesantemente que era incapaz de adaptarse a nuestro clima mediterráneo, ahora ya está presente en Túnez, lo que significa que, si se introdujera en España, cabría esperar su establecimiento y que ocasionara daños muy importantes.

No se puede proteger un país confiando solo en los controles fronterizos y su implementación homogénea. Prueba de ello fue la introducción del 'Cotonet de Sudáfrica' en la Comunidad Valenciana, que está relacionado

## ■ IMPONER COLD TREATMENT, COMO A ESPAÑA

Se debe obligar a que se garantice el transporte a la UE de plantas y productos vegetales sin plagas desde su origen y ello es responsabilidad del ejecutivo comunitario. El proceso debería comenzar en el lugar de producción de las plantas y los productos vegetales y reitero que, según el organismo nocivo de que se trate asociado al país de origen de la exportación, se haría necesario un tratamiento de frío, normalmente en tránsito. En conjunto, y como ya se ha explicado desde esta tribuna otras veces, todas estas medidas se llaman 'protocolo fitosanitario de exportación' y es justo lo que nos los imponen a nosotros para poder exportar nuestros cítricos a los países no comunitarios que son productores de cítricos. Insisto que el *cold treatment* es, con total seguridad, el único tratamiento eficaz y ajustado al riesgo existente y, por lo tanto, debe imponerse. Sudáfrica lo cumple cuando le es impuesto por otros países, como EEUU o Japón. Jamás, en ninguno de los protocolos bilaterales de exportación de cítricos de España con países terceros productores de agrios se nos ha permitido elegir el tratamiento eficaz que debíamos aplicar para mitigar el riesgo de exportar, no solo los cítricos sino también la *Ceratitidis capitata*. Repito, jamás.

El riesgo fitosanitario de la citricultura española y comunitaria es patente y los argumentos para la imposición de un *cold treatment* obligatorio contundentes e irrefutables, incluido el informe de la EFSA, y el apoyo del Gobierno de España y de la Comunidad Valenciana, volviendo a la reunión en Bruselas que nos ocupa, fue incondicional. Y en ese contexto todo el sector rezumaba cierta euforia.

## ■ VÍCTIMA DE LA GEOPOLÍTICA

Pues no, no basta con el riesgo fitosanitario y eso es muy preocupante. La citricultura española puede ser de nuevo víctima de la geopolítica, de condicionantes políticos externos así como de las exigencias de otra política común de la UE, la de cooperación al desarrollo y del elevado grado de protección a Sudáfrica en el seno de la Comisión. Hasta la inclusión racial en el sector de los cítricos sudafricanos podía jugar su papel. De entre los principales cultivos de Sudáfrica, los cítricos se consideran como el gran exponente de la "integración" de la población de color y será muy difícil el que pueda tomarse una decisión que "dificulte la exportación de cítricos sudafricanos a la UE".

La partida se juega muy fuerte. La citricultura de la UE es meridional y, por tanto, alejada del bloque septentrional y de sus intereses de producción, importación, portuarios y de distribución comercial, previa incor-

poración de valor añadido, así como de producción industrial. No en vano, la carta remitida por las Asociaciones de Importadores de Bélgica, Alemania y Holanda al Comité Permanente de Plantas, Animales, Alimentos y Piensos Sección de Sanidad Vegetal expone exactamente los mismos argumentos que los esgrimidos en prensa y en los pasillos de la Comisión por los representantes de la Citrus Growers' Association of Southern Africa.

Y a esos argumentos contestamos. El riesgo es desmesurado y el enfoque de sistemas de Sudáfrica, inaceptable. Una probabilidad alta de no presencia no es una ausencia. O hay presencia de individuos potencialmente transmisores o no la hay, y actualmente la normativa se refiere a ausencia total, no parcial. El enfoque de sistemas es un conjunto de medidas no vinculantes y no relacionadas entre sí como alternativa al tratamiento de frío. Este último proceso, bien ejecutado, no deja lugar a interpretaciones, ni a probabilidades de riesgo: garantiza la ausencia de plaga, y en ese sentido nos parece innegociable. No entendemos por qué hay tanta resistencia a la aplicación de una evidencia científica que, además, se impone a las exportaciones comunitarias por los principales importadores mundiales.

#### ■ EL COLD TREATMENT SÍ ES FACTIBLE

El *cold treatment* no es inabordable para Sudáfrica en sus exportaciones a la UE como pretende hacer creer. Es el único tratamiento eficaz y ajustado al riesgo existente y es el que aplica Sudáfrica en sus exportaciones a EEUU o Japón, por exigencia de estos por *Thaumatotibia*. A España se le impone de modo obligatorio, sin elección y sin contestación para exportar a cualquier país del mundo que produzca cítricos.

El *cold treatment* está estandarizado internacionalmente para todos los cítricos. Todos lo aguantan si se realiza la exportación en el momento óptimo (relación azúcar/acidez y estado de la piel).

Las tarifas de este tratamiento están bastante estandarizadas a nivel mundial: 1.000 \$ por contenedor refrigerado —reefer— de 40 pies (22.000 kg), es decir, 3-4 céntimos de euro por kilo. Coste asumible. Lo asumimos nosotros y lo pueden asumir ellos que tienen costes muy inferiores en producción y comercialización. Este coste es aún inferior cuando se trata de *cold treatment* en bodega. De hecho, en bodega, puede ser hasta coste cero.

Si el sector de los cítricos en Sudáfrica emplea a 140.000 personas, en España genera 280.000 empleos directos: 200.000 empleos en recolección, manipulado, confección, envasado y comercialización de cítricos y 80.000 empleos equivalentes a tiempo completo en las explotaciones cítricas.

Los servicios técnicos de la Comisión andan inmersos en el debate en el marco del Comité Permanente sobre los requisitos de importación de cítricos de Sudáfrica en relación con la FCM. La Comisión cuestiona si las medidas que se determinen de aplicación deberían ser únicamente para Sudáfrica o para



Una delegación de la Comunitat se reunió con la directora general de Salud y Seguridad Alimentaria de la UE. / GVA

todos los países con presencia de Falsa Polilla, sobre si debería simplemente revisarse y reforzarse el enfoque de sistemas aplicado en la actualidad por Sudáfrica o debería imponerse un *cold treatment* obligatorio, sobre si un posible ajuste del enfoque de sistemas debería plasmarse en una norma jurídica, sobre si en un posible tratamiento de frío obligatorio la combinación duración de tratamiento/temperatura debería regularse en un texto jurídico,...

#### ■ NO ES ALGO NUEVO

Y, sobre todo, los servicios técnicos de la Comisión se pronuncian como si el *cold treatment* fuera algo nuevo y desconocido. Pese a lo que ahora diga la Comisión, es un proceso que está estandarizado internacionalmente para todos los cítricos. No hay excusa. En el curso de la reunión en Bruselas los operadores comerciales privados y cooperativas se pusieron a disposición de la Comisión para compartir su propia experiencia exportadora en relación con el tratamiento en frío, las operaciones llevadas a cabo y los controles en general y en destino.

España exporta a EEUU con tratamiento de frío desde el inicio de la exportación a ese país en la campaña 1979/1980. Este tratamiento nos permite exterminar la plaga de la mosca de la fruta mientras la mercancía viaja en los contenedores y antes de llegar a su destino. No existe un único tratamiento aplicable a todos los destinos y productos, sino que la Autoridad Fitosanitaria de cada país establece las condiciones en cuanto a temperatura y duración y las recoge en lo que llamamos protocolo. En cualquier caso, todos los protocolos de *cold treatment*, según el producto y la plaga de que se trate, deben respetar dos condiciones según el país de destino: la temperatura de la pulpa de la fruta debe ser igual o inferior, durante todo el proceso, a la exigida por el protocolo de cada país y el protocolo de cada país marca igualmente la duración del tratamiento. Un total de 16 países demandan tratamiento con frío con un total de 90 productos que abarcan a 11 géneros (manzanas, caquis, uva de mesa, cerezas etc).

Generalmente, se toman como referencia los protocolos establecidos por EEUU, que regulan diferentes aspectos como los requisitos de los buques, contenedores y almacenes. Asimismo, se establecen las denominadas condiciones de *pre-cooling* regulán-

Si el sector de los cítricos en Sudáfrica emplea a 140.000 personas, en España genera 280.000 empleos directos: 200.000 en recolección, manipulado, confección, envasado y comercialización de cítricos y 80.000 empleos equivalentes a tiempo completo en las explotaciones cítricas

La condición de plaga polífaga y que haya numerosos huéspedes de ésta en los bosques, los espacios naturales y cultivos en la UE, significa riesgos añadidos de dispersión y pone en peligro la supervivencia de numerosas especies (hasta 70)

dose aspectos relacionados con la carga y los contenedores, documentos asociados y condiciones de despacho. China tiene un protocolo parecido al de EEUU.

Los servicios del país exportador controlan, entre otros, la aplicación del preenfriamiento, comprobación del equipo de frío y registro de temperaturas, calibración de las sondas de temperaturas, carga adecuada y comprobación de los sensores de temperatura. La operación conlleva la certificación de las pruebas de calibración, instrucciones al capitán y adecuada posición de las sondas. A partir de ese momento el tratamiento queda en manos de la compañía naviera y las actuaciones del país exportador han terminado, significando que la compañía (normalmente el capitán del barco) ha de llevar el registro de temperaturas y el oficial a cargo no descargará la mercancía hasta que se haya llevado a cabo su despacho en destino con la comprobación de todos los requerimientos necesarios. Los controles a la importación deben garantizar que la cadena de custodia es correcta, verificar las lecturas por el inspector y despacho del envío a libre práctica.

Este tratamiento es pues una práctica habitual y obliga a los exportadores, siendo lo más importante la implicación de aquéllos y de las navieras en la correcta aplicación de las temperaturas. En muchas de las interceptaciones que se han producido, se ha podido constatar una incorrecta aplicación del frío. No cabe señalar una carga de trabajo excesiva en destino para los inspectores.

#### ■ REGISTRO DE TEMPERATURA

Para saber si se ha cumplido el tratamiento necesitamos tener

un registro de la temperatura de la fruta. Esta información queda registrada en el datalogger del contenedor, un ordenador de a bordo encargado de grabar, almacenar y (en los contenedores adaptados para ello), monitorizar a distancia los datos de temperatura, humedad y ventilación del contenedor

Así pues, las temperaturas de las sondas se registran durante todo el tratamiento y se transmiten a la naviera que, a su vez, las reenvía al departamento de Sanidad Vegetal del Ministerio de Agricultura. Los especialistas en transporte *reefer* se comprometen a pedir a las navieras las lecturas de las temperaturas para que ellos mismos puedan realizar seguimiento y confirmar que se respetan los márgenes establecidos.

En caso de que el tratamiento se rompa porque se supere la temperatura exigida, el proceso se debe iniciar de nuevo y volver al día 1. La temperatura del contenedor se deberá ajustar de nuevo siempre con cuidado para evitar que la fruta se congele.

El objetivo es que, una vez llegue al puerto de descarga, se haya cumplido el tratamiento independientemente de cuántas veces se haya iniciado el proceso. Si se llega a puerto sin haberlo completado, la mercancía no se podrá descargar del contenedor incurriendo en los correspondientes cargos de demora, ocupación, conexiones, etc.

Ahora la IPPC está debatiendo una norma internacional de *cold treatment* para cítricos por *Thaumatotibia* (proyecto de anexo de la norma internacional NIMF 28) que podría ser la base para las actuaciones a establecer por el ejecutivo comunitario. Italia, Francia y Por-

tugal, junto con España, ya han manifestado que lo más idóneo sería contar con un texto jurídico que incluyese diferentes parámetros y que fuera de la mano de la norma que se está debatiendo en el IPPC y que no debe suponer carga para los inspectores en destino, recayendo en la compañía naviera la mayor responsabilidad.

#### ■ NO ES UN PROBLEMA SOLO DE ESPAÑA

A todo ello debe añadirse el hecho de que la decisión final debe adoptarse en el marco del Comité Permanente de Plantas, Animales, Alimentos y Piensos por mayoría cualificada. Aviso a navegantes. Que ningún país piense que solo es un problema de España y de los cítricos y que sus producciones están exentas de riesgo frente a una cada vez más probable entrada de *Thaumatotibia leucotreta*. De acuerdo con la Organización Europea y Mediterránea de Protección Vegetal (EPPO), sus larvas se alimentan de más de 70 especies vegetales de unas 40 familias (EPPO, 2011). Según han descrito diversos autores y fuentes, las larvas de FCM se alimentan del brote floral y especialmente del fruto de las plantas huésped, excretan importantes cantidades de residuos y a través de los orificios realizados en el fruto entran en este otros patógenos secundarios. En las condiciones climáticas y ecológicas del conjunto de la UE, conforme a la EPPO (2020), las larvas de *Thaumatotibia leucotreta* pueden ocasionar importantes daños tanto en el sur como en el norte de Europa: al roble entre las especies arbóreas forestales; entre las especies cultivadas, a los brotes florales y fruto de la vid, al maíz, a diversos frutales de hueso (melocotonero, albaricoquero, ciruelo), al olivo, al caqui, al granado, al níspero, a la platanera, a los arándanos, aguacate y cítricos.

La condición de plaga polífaga y que haya numerosos huéspedes de ésta en los bosques, los espacios naturales y cultivos en la UE, significa riesgos añadidos de dispersión de la misma y pone en peligro la supervivencia de numerosas especies, además de la continuidad de la producción agrícola de los cultivos afectados y de los productos frescos y transformados de la vid (vinos, uvas de mesa), el maíz (productos alimentarios y otros), el olivo (aceite de oliva y aceituna de mesa), los frutales de hueso (deshidratados, mermeladas, otros), o los cítricos.

La Comisión y los estados miembros del norte de Europa con intereses comerciales en las importaciones, pero con importantes producciones en los cultivos citados que pueden ser huéspedes de las larvas de esta plaga, puede que tengan que dar muchas explicaciones y asumir responsabilidades de todo tipo ante sus propios sectores agrícolas por hacer caso omiso a las evidencias científicas y no aplicar el único método que garantiza la ausencia de larvas en las mercancías importadas. Es mucho lo que está en juego para toda la Unión Europea.

(\*) Presidenta de Intercitrus y del Comité de Gestión de Cítricos (CGC)



Los miembros de la Mesa Nacional del Ajo analizaron la cosecha 2021 y la situación de mercado en su última reunión celebrada en Las Pedroñeras. / MNA

## La Mesa Nacional del Ajo prevé cerrar la campaña sin existencias

El sector llevará acciones para evitar la pérdida de competitividad del cultivo ante la inminente desaparición de materias activas para el control de malas hierbas

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La Mesa Nacional del Ajo, reunida en Las Pedroñeras (Cuenca) con productores y comercializadores de Andalucía, Extremadura, Madrid y Castilla-La Mancha, ha analizado la cosecha 2021 y situación de mercado.

A este respecto, se ha señalado que se espera cerrar la campaña con cero existencias, por lo que puede faltar producto hasta contar con la producción de la próxima cosecha. Por este motivo han lamentado la incapacidad de conseguir un nivel de precios superior al que se ha venido cotizando a lo largo de la temporada, máxime teniendo en cuenta el continuo incremento de costes

de producción, que hace que la rentabilidad sea muy baja. También las lluvias han contribuido a esta escasez de producto, ya que parte, especialmente del ajo Spring (primavera), no ha salido por la pérdida de su calidad comercial.

Respecto a las siembras que ya se han realizado, se espera una superficie similar a la registrada la campaña anterior, estando concluida la siembra del ajo Spring. En el caso de Andalucía, los productores de ajo ven con temor que haya un descenso de siembra en esta comunidad por problema de sequía, dada la prohibición de riego existente.

**Respecto a la siembra que ya se ha realizado, se espera una superficie similar al año anterior**

### ► EXPORT-IMPORT

En el informe de coyuntura se han expuesto los datos hasta agosto de 2021, detectando un ligero incremento de precios tanto en las exportaciones de España hacia Europa y terceros países, pero se prevé una disminución de volumen exportado.

A nivel de importaciones, también se experimenta un li-

gero incremento del precio al que se importa el ajo de fuera, con respecto al registrado el año pasado, y también se prevé un aumento del volumen de importaciones de ajo, respecto al año anterior. Estas importaciones proceden principalmente de Argentina, Países Bajos, Chile y China.

### ► MATERIAS ACTIVAS

Por otra parte, la Mesa Nacional del Ajo ha mostrado una gran preocupación ante la desaparición de materias activas autorizadas en el cultivo del ajo para el control de malas hierbas y se ha acordado trasladar esta problemática a las administraciones

autonómicas, responsables en esta materia, para ofrecer alternativas y ser conscientes del problema que esto va a generar en el sector a corto plazo si no se toman medidas.

En otro orden de cosas, se ha adoptado una petición que ha hecho el sector productor de Andalucía, para solicitar a la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir que cuando se reúna la Comisión de Desembalse, se ponga de manifiesto que, en el momento que haya un reparto de agua para riego de cultivos, —la reserva hídrica de la cuenca del Guadalquivir se encuentra a día de hoy al 26,3%, (se está debatiendo el borrador del futuro Real Decreto Ley de Sequía) y por tanto existe una prohibición de riego—, se considere al cultivo del ajo como uno de los prioritarios para asegurar su viabilidad. La Mesa Nacional del Ajo elaborará un informe sobre la situación socioeconómica del cultivo del ajo en Andalucía, poniendo de relieve la necesidad de contar con un aporte de agua suficiente para su mantenimiento.

Ante la escalada continua de costes de producción, entre los que también está la mano de obra, se ha acordado elaborar un estudio de costes de cultivo del ajo que permita poner de manifiesto la necesidad de tener unos precios de venta acordes con los costes de producción.

### ► CONTRATACIÓN DE SEGUROS

Por último, respecto a los datos de contratación de seguro del ajo durante la última campaña y novedades para contratación de la nueva temporada, se señaló que dadas las indemnizaciones y siniestralidad del ajo tras varias campañas consecutivas, lo que se va a producir en 2021 es un descenso de la cobertura con respecto al año pasado. En este sentido desde Cooperativas Agroalimentarias y su aseguradora ACM Especialistas en Riesgos Agroalimentarios, lo que sí se ha conseguido a través de reuniones con Enesa y otras administraciones implicadas, es que se mantenga, evitando una subida, el precio del seguro en el ajo Spring y recuperar las subvenciones para las pólizas recargadas.

## Nace la federación y la marca Trufa Negra d'Aragón

► **JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.** Las tres asociaciones aragonesas de truficultores se han unido en una federación y han creado la marca Trufa Negra d'Aragón, cuyos principales objetivos son potenciar la imagen, las buenas prácticas y la calidad del producto.

El pasado jueves se presentó en la capital aragonesa dicha marca, impulsada por la Asociación de Recolectores y Cultivadores de Trufa de Aragón (Huesca), la Asociación de Jóvenes Truficultores de Teruel y la Asociación de Truficultores y Recolectores de Trufa Negra de las Comarcas de Zaragoza.

Han contado con el apoyo de instituciones y centros de tecnología como el CITA (Centro de Investigación Tecnológica Agroalimentaria de Aragón), en Zaragoza, y el CIET (Centro de Investigación y Experimentación de Truficultura), en Graus (Huesca). David Royo, presidente de la Asociación de Huesca, calificó el

evento de un "día histórico para la trufa negra de Aragón y para quienes llevan años apoyando al sector". Señaló que la marca de calidad para la tuber melanosporum era necesaria, con el fin de garantizar que lo se comercializa es trufa negra y no otras especies que se hacen pasar por auténticas.

Recordó que en un reciente estudio con 50 productos, con trufa o trufados, se detectó que el 46% de los mismos presentaban algún fraude en el etiquetado y que el 48% utilizaban aromas.

La marca Trufa Negra d'Aragón nace para asegurar la calidad y promocionar el producto porque, aunque Aragón es el primer productor mundial de trufa, no sucede lo mismo con la comercialización.

Por eso, el empeño en lograr el reconocimiento internacional para poder llegar a construir una industria en torno a la trufa que genere riqueza y empleo en el mundo rural.



Presentación en Zaragoza de la marca Trufa Negra d'Aragón. / JAVIER ORTEGA

Los pilares sobre los que se sustenta el proyecto son estandarizar calidades, trazabilidad, formación y creación de un sistema de control objetivo de la calidad.

En la actual campaña se va a llevar a cabo la promoción de la marca en diferentes eventos y se va a continuar trabajando, en colaboración con los técnicos del sector, en el protocolo de la marca para que, en la próxima campaña, se puedan ver ya los prime-

ros hongos bajo la marca Trufa Negra d'Aragón. El siguiente paso será obtener la Indicación Geográfica Protegida.

La truficultura crece en Aragón cada año en unas 500 hectáreas y cuenta con unos 10.000 km<sup>2</sup> aptos para el desarrollo de la trufa negra. El 44% de los viveros de planta micorrizada de España están en Aragón (12 de 27) y eso supone casi el 75% del total de la producción anual del país, con

alrededor de 350.000 plantones. El 11% del total mundial de las plantaciones productoras de trufa negra se encuentran en Aragón y se estima que el 50% de la producción global de estos hongos es aragonesa.

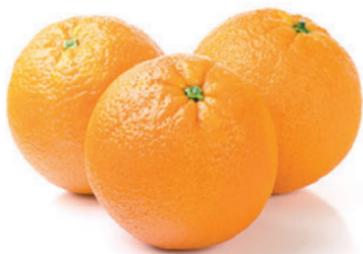
Los presidentes de las tres asociaciones, Marisa Esteban (Teruel), David Royo (Huesca) y Jesús López (Zaragoza), explicaron los objetivos fundamentales de la nueva federación, que pasan por construir y consolidar la imagen de marca de Trufa negra d'Aragón; divulgar toda la información necesaria para darla a conocer. Captar el interés del público por el producto, tanto en el ámbito nacional como regional. Potenciar el consumo de la trufa en los restaurantes para su difusión al público en general; incrementar la cifra de negocio de los truficultores y su formación; proyección regional, nacional e internacional y tercera generación de nuevos negocios en torno a la trufa.

# INFOPOST



FOMESA FRUITECH recuerda a los almacenes de confección de cítricos que tienen a su disposición el primer recubrimiento de origen 100% vegetal: GREENSEAL-VG, especialmente indicado para uso vegano. Además, GREENSEAL-VG cuenta con la certificación como insumo para confecciones de Agricultura ecológica.

- ▶ Recubrimiento apto para consumo vegano
- ▶ No contiene productos sintéticos (cera de polietileno, ni otros aditivos)
- ▶ No contiene productos de origen animal (goma-laca)
- ▶ Todos los componentes del recubrimiento son 100% de origen vegetal
- ▶ Cera a base de Carnauba
- ▶ Aporta un brillo natural a la fruta confeccionada
- ▶ Incrementa la vida comercial de los cítricos, reduciendo la senescencia de los frutos
- ▶ Buen control sobre las pérdidas de peso
- ▶ Reduce el manchado por frío debido a la conservación y/o transporte refrigerado
- ▶ Recubrimiento vegetal con certificación ecológica



## ATENCIÓN - URGENTE

### Registro oficial de productores y operadores de medios de defensa fitosanitaria (ROPO)

El pasado 10 de noviembre ha entrado en vigor el R.E.T.O. (Registro Electrónico de Transacciones y Operaciones con productos fitosanitarios).

Desde FOMESA FRUITECH recordamos la necesidad de que las centrales hortofrutícolas que no lo hayan hecho ya, SE INSCRIBAN LO ANTES POSIBLE EN EL R.O.P.O. de su Comunidad Autónoma, dentro de la sección tratamientos (ST).

En caso de no tener número de R.O.P.O., no se podrán notificar en la plataforma R.E.T.O. del Ministerio las ventas de productos con registro fitosanitario realizadas a partir de esa fecha, y por tanto no será posible SERVIR esos productos a los CLIENTES SIN nº de ROPO.

## URGENTE



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.

#### ▶ VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las organizaciones agrarias, Cooperativas Agro-alimentarias y Coexphal organizaron el pasado 24 de noviembre, frente a la sede del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, un acto de protesta contra la crisis que está sufriendo el sector de las frutas y hortalizas actualmente.

La concentración fue secundada por más de 500 agricultores, llegados en autobuses procedentes de distintos puntos del país, principalmente de Almería, pero también de Granada, Cádiz o Málaga, y de otras provincias como Murcia, Aragón o La Rioja.

El acto de protesta ante las puertas del Ministerio fue precedido por una rueda de prensa a la que asistieron los medios de comunicación de la capital y donde los representantes de las organizaciones agrarias, de Cooperativas Agro-alimentarias y Coexphal detallaron las reivindicaciones y motivos que han conducido a los agricultores a tomar estas medidas.

Así, desde COAG, Andrés Góngora, responsable nacional de Frutas y Hortalizas, aseguró que “no venimos a pedir limosna. Venimos a pedir que se nos pague un precio justo por nuestras frutas y hortalizas para poder vivir dignamente de nuestro trabajo en el campo”.

Por su parte, Antonio Navarro, presidente de Asaja Almería, destacó que “el Ministerio no puede seguir ignorando al sector agrario, el sector de las frutas y hortalizas lleva años denunciando que se hunde, que necesita unos precios justos, y la fuerte subida de costes empeora la situación.

# Los agricultores de frutas y hortalizas protestan en Madrid

Los productores denuncian la crisis que está sufriendo el sector



Una imagen de la concentración celebrada frente a la sede del Ministerio de Agricultura. / ASAJA ALMERÍA

Tenemos una competencia desleal que nos lo pone aún más difícil y que no se puede seguir ignorando.” Mientras que por parte de UPA; Francisca Iglesias, secretaria de UPA Almería, aclaró que “el Ministerio debe definir su postura sobre el acuerdo preferencial con Marruecos después de la sentencia del Tribunal de Justicia Europea”.

Para finalizar, Juan Antonio González Real, presidente de

Coexphal y de la sectorial de Cooperativas Agro-alimentarias, declaró que “el sector de frutas y hortalizas lleva muchos años reivindicando la mala situación del campo y de los agricultores.

Esta subida elevada de costes nos da la puntilla porque estos años ya se han quedado agricultores por el camino y esto va a provocar que se queden aún más.

Este incremento de costes no lo vamos a soportar. Necesitamos

que se tomen una serie de medidas como un IVA agrícola reducido para los insumos de la producción, ya que el incremento de sus costes puede estar en torno a un 12 y un 15% con respecto a la campaña pasada; y tenemos un agravio comparativo con la entrada de productos procedentes de terceros países ante lo que no se está haciendo absolutamente nada y necesitamos que el Ministerio tome ya medidas”.

La subida de los costes de producción ha venido a poner la puntilla final a un sector afectado por su propia crisis estructural y por los efectos de la falta de control a los Acuerdos Comerciales con Países Terceros, que están poniendo en jaque la supervivencia de este modelo productivo. En concreto, las reivindicaciones que se plantean al titular de Agricultura son establecer una tarifa especial para la energía eléctrica empleada en la producción en finca, en las comunidades de regantes y en las centrales de manipulado. Solicitan que la energía empleada para estas labores sea asimilada al gasóleo agrícola en cuanto a su tratamiento fiscal.

También se piden medidas fiscales para compensar el aumento de costes de producción de los alimentos y reconocimiento y concienciación de la importancia del sector. “La hortofruticultura de nuestro país y sus valores medioambientales, sociales y económicos son desconocidos e ignorados por una gran parte de la sociedad y por la propia Administración General del Estado. Reclamamos nuestro papel como productores de alimentos sanos, seguros y respetuosos con el medio ambiente”, señalaron los organizadores.

Por otra parte, se solicita la revisión de los precios de entrada fijados con terceros países en los Acuerdos preferenciales, para ajustarlos al coste actual de las producciones europeas. Aunque es la Comisión quien actúa para toda la UE, resulta primordial que el Gobierno de España abandere la exigencia de que estos acuerdos sean revisados.

# Agrocultivos

## El sector agrario apuesta por una digitalización inclusiva

La transformación digital resulta clave para adaptarse a una producción sostenible

► JUAN JAVIER RÍOS. EFEAGRO.

Los agentes públicos y privados que trabajan por la transformación digital del sector agrario español ven irrenunciable esa aspiración para poder adaptarse a los retos de una producción más sostenible pero piden que ese proceso sea inclusivo y que, por lo tanto, nadie se quede atrás.

Es uno de los mensajes que se pudieron escuchar el pasado jueves durante la celebración, en Lérida, de la primera jornada del V Foro para el impulso de la Transformación Digital en el Sector Agroalimentario (Datagri), organizado por COAG, Cooperativas Agro-alimentarias, Hispatec y la Etsiam.

Por el palacio de congresos leridano pasaron el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, para quien la transformación digital “no es una opción”, sino una “necesidad”. A su juicio, la digitalización y la innovación son “elementos fundamentales” para lograr la “rentabilidad y sostenibilidad” del sector agroganadero.

La tecnología y sus avances aplicados al campo son esenciales, añadió Planas, para cumplir los objetivos de la futura Política Agrícola Común (PAC) y de la estrategia comunitaria “De la granja a la mesa”.

Por su parte, el president de la Generalitat, Pere Aragonès, clausuró el encuentro en un acto en el que aseguró que es “evidente” que son “tiempos” de transformación digital que llegan a los modos en que “producimos, distribuimos y consumimos”, lo cual “pone sobre la mesa retos pero también nuevas oportunidades”. Aragonès remarcó que, además, esos procesos se han acelerado “mucho” con la pandemia de la COVID-19.

En su opinión, estos cambios afectarán a “toda la cadena de va-



Intervención del ministro de Agricultura, Luis Planas, en el foro Datagri. / MAPA

lor” y vendrán para proporcionar “mayor prosperidad”, pero tiene que ser “compartida” y permitir avanzar hacia una economía basada en trabajos de mayor calidad y que “genere oportunidades en todos los territorios, tanto urbanos como rurales”.

El secretario general de COAG y portavoz del comité organizador del foro, Miguel Padilla, señaló que la transformación digital es la “herramienta” necesaria para afrontar “el cambio” pero hay que hacerla “inclusiva” para que “todas” las explotaciones puedan beneficiarse “en igualdad de oportunidades”. Bajo su punto de vista, estos desarrollos deben priorizar el modelo “social y profesional” de agricultura.

Por su parte, el presidente de la Confederación de Cooperativas Agroalimentarias de la Unión Europea (Cogeca), Ramón Armengol, aseguró que el cooperativismo está haciendo “mucho esfuerzo” por innovar. El objetivo del sector cooperativo es conseguir transferir esa tecnología al campo y que llegue a las rutinas diarias de los productores, indicó.

### EXPERIENCIAS

Durante la primera jornada de Datagri, diversas empresas expusieron sus trabajos en digitalización e innovación, como la compañía Pepsico que presentó una plataforma big data que estrenaron hace cuatro años y que recoge datos de todo el proceso productivo de la patata para elaboración de sus productos finales.

Esta monitorización de la patata desde el cultivo hasta la bolsa final que toma el consumidor permite minimizar las pérdidas y optimizar los procesos, reduciendo las mermas inherentes a la fabricación de sus alimentos a base de dicho alimento.

Digitanimal ha explicado sus “collares inteligentes” para ganado, un dispositivo de localización GPS colocado en la correa de los animales que permite saber no solo su ubicación sino su temperatura, movimientos u otros datos sobre su salud y bienestar.

Esta compañía lanzó también una báscula digital inteligente que controla el peso de cada animal y ya están inmersos en un proyecto europeo (Cattlechain)

para impulsar la trazabilidad y dar información minuciosa al consumidor sobre la cabeza de ganado de la que proviene.

Desde la multinacional estadounidense Cargill expusieron su plataforma digital —ya implementada en el país norteamericano—, que usa el análisis de suelos con datos a pie de campo y observación vía satélite para optimizar y sacar más beneficio a las prácticas agrícolas.

Vall Companys detalló cómo funciona su herramienta Vall Smart Farm, una aplicación para móviles que permite a sus ganaderos integrados tener acceso instantáneo a datos e información de índole ambiental y de consumo en las granjas, con lo que pueden detectar anomalías o tendencias que afecten a la producción animal.

### LA CÁMARA DEL MÓVIL

La llegada de los smartphone a la vida de las personas revolucionó la forma de entender las interacciones sociales pero es que complementos que se fueron añadiendo, como sus cámaras para foto y vídeo, han revolucionado la forma de gestionar los cultivos o la inspección de la calidad de los alimentos.

Las aplicaciones de móvil destinadas al campo son muchas y algunas de ellas permiten que con, una sola foto, un experto en calidad o un agricultor sepan el calibre exacto, el color, el estado de madurez o los niveles de PH de una fruta. Es el caso de la app “Clarifruit”, que cuenta con la validación del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias de Cataluña (IRTA), y que fue mostrada durante la jornada de campo del V foro para el impulso de la Transformación Digital en el Sector Agroalimentario (Datagri). Con “Clarifruit” se dice adiós

a las mediciones “a ojo de buen cubero” porque la recopilación de datos se basan en tecnologías que aportan precisión y objetividad y que dan mayor eficacia a la labor de inspectores de calidad o mayor información válida para la toma de decisiones del agricultor.

La app para móviles “Pixo-farm” también hace de la cámara del teléfono móvil un componente esencial porque con solo tomar fotos de una manzana averigua su tamaño exacto, puede hacer predicciones de cómo evolucionará durante la campaña y por lo tanto su rendimiento. También puede elaborar un conteo de las manzanas y, con todo ello, ofrece unos datos al productor para optimizar sus cosechas y crecer en eficacia y productividad.

### LA CLAVE, EL BIG DATA

Son sólo dos porque existen muchas otras app de “big data” que con tecnología basada en la Inteligencia Artificial permiten compilar una gran cantidad de datos que ayudan a la toma de decisiones de los operadores de la cadena agroalimentaria y mejoran su labor en múltiples aspectos. El coordinador de la iniciativa científica sobre sistemas agroalimentarios inteligentes del plan estratégico del IRTA, Joan Bonany, ha asegurado que estas transformaciones digitales tienen el “potencial” de cambiar la agricultura “al mismo nivel” que otras revoluciones, como fue por ejemplo la mecanización agrícola a principios del siglo pasado.

Las herramientas digitales “pueden ayudar mucho” a los retos que tiene planteada la agricultura y “ya está disponible” aunque “falta superar la brecha de llegar a los agricultores. Hay que hacer un esfuerzo enorme de transferencia de conocimiento al que ayudan eventos como Datagri”, ha avisado.

En la última jornada de Datagri también se dieron a conocer grupos operativos (GO) centrados en el desarrollo de soluciones tecnológicas para el sector agroalimentario, como es el caso de “Gophytovid”, y la Agricultura de Precisión en Riesgo y Fertilización de Cítricos, cuyo proyecto ya acabó en septiembre pasado.

## Girona acoge la jornada de la manzana ‘Pomatec 2020’

Profesionales de España, Italia y Francia debatieron sobre la evolución de la campaña y sus perspectivas comerciales

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Josep Maria Cornell, gerente de Girona Fruits, apuesta por la producción y mercado nacional de manzana; Ignasi Argilés, director de producción y comercio de Grupo Nufri, apunta a conquistar el consumidor por la boca a través de los valores como la frescura, la proximidad y la salud de la manzana; Fabio Zanesco, director de VIP, apunta que toda manzana que se culti-

va debe acabar en consumo; y Vincent Guérin, responsable de asuntos económicos de la Association Nationale Pomme-Poire (ANPP) de Francia, describe una campaña de manzana francesa con confianza basada en calidad y gran capacidad de conservación. Estos comentarios se enmarcan en la mesa redonda de comercialización de la última edición de Pomatec, celebrada el pasado viernes

26 de noviembre bajo el título ‘Producción, sostenibilidad, eficiencia, comercio, consumo y salud’, que fue moderada por Joan Serentill, presidente de manzana y pera de Fepex y presidente del Comité de manzana y pera de Afrucat.

Esta jornada técnico-económica sobre la manzana está organizada por la Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña (Afrucat), la Indicación Geográ-

fica Protegida Poma de Girona y el ayuntamiento de Torroella de Montgrí y tuvo lugar en el emblemático Cinema Montgrí de la mencionada localidad.

### COINCIDENCIAS

Los ponentes de la mesa redonda de comercialización coincidieron en que en una misma temporada ya no se puede hablar de campaña de manzana sino de campañas por segmentación de mercado y por variedades, y también coincidieron en posicionar la manzana frente a otros productos competidores. En clave de consumo nacional, incidieron en la recuperación del consumo per cápita de la manzana.

De las palabras vertidas por los ponentes se intuye una segunda parte de temporada sin

sobresaltos si no ocurre ninguna incidencia, principalmente climática.

Por su parte, Marta Munné, consultora Aecoc ShopperView, realizó una gran y clara exposición sobre ‘El consumidor post-Covid, ¿un desconocido? El comprador de frutas y verduras se enfrenta a un nuevo escenario’. Algunas de las principales conclusiones fueron que salud, sabor y calidad son conceptos muy valorados por el consumidor, y que hay que construir marcas que aporten valor al consumidor y, entre ellos, la sostenibilidad y la proximidad están en alza.

Según el estudio de Aecoc presentado en Pomatec, para el consumidor español Marlene y Pink Lady son las marcas de manzana más conocidas.



## Arranca la temporada de alcachofas en La Vega Baja

Al acto de inauguración asistió el presidente de la Diputación de Alicante, Carlos Mazón, que aprovechó para reivindicar la importancia del sector hortofrutícola

El pasado 22 de noviembre se inauguró en La Vega Baja la temporada de alcachofas, con una previsión de aumento de su producción en un 20%, superando las 26.000 toneladas. Con estas cifras se recuperan los niveles previos a la DANA, según el presidente de la Asociación Alcachofa de la Vega Baja del Segura, Antonio Ángel Hurtado.

Hurtado se mostraba ilusionado y esperanzado por esta campaña puesto que, además del incremento de cosecha, también se ha constatado un crecimiento de la superficie de cultivo con 300 hectáreas más plantadas. En total, son 2.000 las hectáreas de campo dedicadas a la alcachofa en la Vega Baja.

Por otra parte, Hurtado recordó que la comarca alicantina también es la principal exportadora de la hortaliza del territorio nacional, alcanzando las 6.100 toneladas comercializadas el año pasado.

El presidente de Mercasa, José Ramón Sempere fue el encargado de iniciar oficialmente la campaña, realizando el primer corte simbólico de una alcachofa. La inauguración se celebró en la huerta de Callosa de Segura, a la cual también asistieron el presidente de la Diputación de Alicante, Carlos Mazón; el secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural, Roger Llanes; y otros alcaldes, empresarios y representantes sociales de la comarca.

El presidente de la Diputación de Alicante, Carlos Mazón insistió en su discurso "en la ne-



Imagen de la presentación del inicio de la campaña. / ALCACHOFA DE LA VEGA BAJA

### La Vega Baja recupera gran parte de su potencial productivo en la presente campaña

cesidad de seguir reclamando el agua para garantizar la supervivencia del sector hortofrutícola de la provincia, especialmente de la Vega Baja, que abastece a buena parte de España y Europa".

Por su parte, el secretario autonómico Roger Llanes aseguraba que la "Vega Baja es una de las principales comarcas en desarrollo agroalimentario y en aportar riqueza a todo el entramado agroalimentario y a toda la economía de la Comunidad Valenciana".

### LA JOYA DE LA HUERTA

La comarca alicantina de la Vega Baja sigue siendo la segunda productora a nivel nacional (por detrás de la Región de Murcia) de esta hortaliza de invierno, pero la principal zona productora de la Comunidad Valenciana, por lo que la alcachofa se convierte en una de sus señas de identidad llegando a denominarla 'la Joya de la Huerta'.

"Ese ADN de Huerta es el que nos hace únicos y el que nos permite cultivar una de las alcachofas más valoradas del mercado. Ese ADN es el que nos identifica y el que debemos reivindicar día tras día para construir comarca y sentirnos orgullosos de nuestra huerta y de su gente", afirmó el presidente de la Asociación, Antonio Ángel Hurtado.

## Continúa la mala racha del tomate en España

Marruecos es claro competidor de España en la comercialización de esta hortaliza no solo a nivel nacional sino también europeo

El tomate no se recupera de la mala racha que inició hace unos años, cuando su producción se fue reduciendo en España y que en el 2021 ha disminuido de nuevo en un 10%. Sin embargo, no solo se ha visto reducida la producción, sino también la superficie dedicada a su cultivo, así como la exportación a países de la Unión Europea.

A nivel europeo, las cifras tampoco son alentadoras. En julio de este año el informe sobre la situación de los mercados agrícolas en la UE, elaborado por la Comisión Europea, constató no solo un nuevo descenso de la producción de tomate del 5,2%, sino también un retroceso de la exportación del 21%. Es una situación que se repite desde 2013 y que este año espera alcanzar un récord, situándose en 350.000 toneladas.

El retroceso de la exportación comunitaria de tomate en los últimos cinco años ha sido del 27%. La fuerte caída en 2021 se debe al retroceso de los envíos a Reino Unido que, según el informe de la Comisión, se ha situado en un 37% menos en el periodo de enero a abril de 2021 respecto al mismo periodo de 2020, siendo Reino Unido el primer mercado para los exportadores de tomate de la UE, con el 52% del total.

### MARRUECOS

Frente a las cifras negativas en exportación, la importación ha crecido en un 7% respecto a 2020 y un 18% más en relación con la media de los últimos



cinco años, situándose este año en 664.000 toneladas de tomate importadas.

Países Bajos y España eran los principales proveedores del mercado de tomate de la Unión Europea, pero mientras ambos han retrocedido en los últimos 5 años —un 5% Países Bajos y un 20% España—, las importaciones de Marruecos han crecido un 26%, desplazando a los tomates comunitarios de los lineales.

En cifras concretas, las exportaciones de España han pasado de las 763.844 toneladas en 2020 a las 613.053 toneladas de tomate este año. Por su parte, las marroquíes han crecido de 344.094 toneladas a 435.041, según datos de Eurostat.

Marruecos se ha convertido así en el primer proveedor de Europa con el 70% del total importado y se espera que su presencia siga creciendo.

Antes esta realidad, desde Fepex señalan que esta competencia hace cada vez más urgente una política comercial que apoye la preferencia comunitaria.

### FABRICACIÓN Y ALQUILER DE VACUUM COOLERS

#### MÁQUINAS DE PREENFRIAMIENTO RÁPIDO POR VACÍO

Para enfriamiento de Iceberg, Romana, Batavia, Trocadero, col, escarola, espinacas, brócoli, fresas, etc..  
Tiempos de ciclo inferior a 25'.

### CÁMARAS PARA ENFRIAMIENTO Y CONSERVACIÓN DE VEGETALES

Dimensionado de cámara y actualización de existentes.  
Estudio, construcción, instalación de equipos frigoríficos.  
Legalización de instalaciones frigoríficas y de baja tensión.



**MOELCO**  
LEVANTE, S. L.

C/ Orión nº13-Polígono. Industrial La Estrella

30700 Torre-Pacheco (Murcia)

Tel.: 968 33 61 75 - Fax: 968 33 61 98

moelcolevante@moelco.es - www.moelcolevante.es

# Suben los precios en origen mientras se impulsa la exportación

Las cotizaciones han subido en prácticamente todos los productos hortícolas andaluces

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las últimas semanas se han caracterizado por una acusada subida de las cotizaciones en prácticamente todos los hortícolas protegidos andaluces. Según el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, con precios facilitados por empresas hortofrutícolas de Almería y/o Granada, la finalización de las campañas de producción europeas ha favorecido la activación de la exportación, mientras que la producción andaluza se incrementa paulatinamente, a la espera de alcanzar sus niveles máximos de producción.

Las temperaturas máximas en este periodo han oscilado entre los 18-21°C, registrándose temperaturas mínimas inferiores a 10°C en la comarca de Níjar; en algunas localizaciones del poniente almeriense y en la costa oriental de Granada, que han frenado ligeramente la producción.

En la semana 46 se ha observado un incremento significativo de la oferta de tomate, que hasta la fecha era muy limitada y un ligero aumento de las ventas de calabacín. Los volúmenes de pimiento se han mantenido en valores similares a la semana anterior, mientras que ha descendido ligeramente la cantidad de berenjena.

## PIMIENTO

La finalización de la campaña de primavera-verano en Holanda y Polonia convierte a la producción de andaluza en la oferta dominante en los mercados europeos, donde compite con cantidades menos representativas de pimiento de Turquía y Marruecos.

Los pimientos California rojo y amarillo, los de mayor demanda para exportación, junto al Lamuyo rojo registran las cotizaciones más elevadas en este periodo.

El pimiento California tiene una representatividad superior al 70% respecto al total de la producción de pimiento en Andalucía, porcentaje que no ha variado significativamente en los últimos cinco años. Los tipos comerciales como el dulce italiano o los picantes están confirmando su tendencia al alza en los últimos años y concentrando parte del crecimiento de la superficie de pimiento.

En la semana 46 el precio medio del pimiento se incrementa un 18% respecto a la semana anterior registrando el precio más alto de las últimas tres campañas.

Los tipos comerciales más cotizados han sido el California rojo y amarillo y el Lamuyo rojo. Los que han tenido mejor evolución respecto a la pasada semana han sido el pimiento California amarillo (+36%), el italiano (+32%) y el California rojo (+23%). El Lamuyo verde es el único que pierde valor (-11%).

## TOMATE

Los precios en este periodo se deben, fundamentalmente, a la favorable relación oferta-demanda para el tomate andaluz. Almería aún no ha alcanzado volúmenes importantes de producción y en



Tras la conclusión de la campaña de primavera-verano en Holanda y Polonia, la producción de andaluza domina la oferta en los mercados europeos. / ARCHIVO

En estos últimos días ha habido un gran incremento de la oferta de tomate, hasta ahora muy limitada, y un ligero aumento de las ventas de calabacín

La campaña de exportación de berenjena se encuentra a pleno rendimiento y se observa gran fluidez en la demanda en Europa y una mejora en los precios



Los precios del pepino superan las cifras de las campañas precedentes. / ARCHIVO

países como Holanda y Francia las producciones comienzan a caer.

La mayoría de los tipos de tomate que se cultivan en las provincias de Almería y Granada registran buenos precios en el tramo intermedio del mes de noviembre.

Las cantidades comercializadas de tomate pera, rama, liso y asurcado son aún poco representativas, aunque comienzan a crecer. En el caso del tomate cherry, los volúmenes comercializados son superiores, pero tampoco alcanzan los valores de producción habituales para estas fechas.

El tomate pera ha mostrado un importante incremento en la

semana 46, con una cotización media de 71 céntimos por kilo, beneficiándose del comienzo de programas de exportación que demandan este tipo comercial.

El precio medio del tomate se incrementa un 6% en la semana 46 respecto a la semana precedente, marcando el valor medio más alto de las tres últimas campañas.

El tomate pera es junto con el asurcado y el liso los más valorados de la semana 46. Los tipos comerciales con mejor evolución de precios respecto a la semana precedente son el tomate liso y pera (+12% en ambos casos) y el rama (+9%). Se deprecian los tipos redondo y asurcado (-4% respectivamente).

Contingentes arancelarios del tomate para Marruecos: El periodo de exportación del contingente de tomate a la UE comienza el 1 de octubre y se prolonga hasta el 31 de mayo.

El contingente total para la campaña 2021/22 asciende a 285.000 toneladas. En la semana 45 fue de 11.888 t (+108% que la semana anterior) y en la 46 fue de 7.027 t (-41% respecto a la semana anterior).

## PEPINO

El pepino tipo Almería incrementa su precio medio un 8% en la semana 46, beneficiándose de la finalización de la campaña holandesa y de la reducida competencia de Grecia.

Las cotizaciones del pepino francés y del español superan ampliamente los datos de las dos campañas precedentes, a pesar de la caída sufrida en la semana 46.

Una vez finalizada la campaña holandesa, Almería y Granada cobran protagonismo como origen de abastecimiento de pepino tipo Almería en los mercados europeos. La reducción de las temperaturas nocturnas y de las horas de luz, habitual en estas fechas, frenan ligeramente el ritmo productivo del pepino, circunstancia que, unida al crecimiento de la demanda por parte de los clientes europeos, favorece la subida de los precios en origen del pepino Almería en la semana 46.

## CALABACÍN

El calabacín experimenta una importante escalada de precio durante el mes de noviembre. En la semana 45 mejora su cotización un 95% respecto a la semana precedente, tendencia que continúa, aunque más atenuada, en la semana 46 (+5%).

Las cotizaciones del calabacín dibujan una trayectoria ascendente en el periodo analizado. Por un lado, la contención de la producción debida a la bajada de las temperaturas mínimas y por

la retirada de las plantaciones realizadas a finales de agosto y principios de septiembre para comenzar un nuevo ciclo de cultivo en noviembre; y por otro, la disminución de la competencia gala y la activación del consumo de calabacín en Europa son algunos de los factores que explican el comportamiento de precios del calabacín en este periodo.

La campaña de exportación de calabacín en Marruecos comenzó en el mes de octubre y alcanzará la máxima intensidad entre los meses de diciembre y febrero.

## BERENJENA

Se aprecia una evolución positiva de las cotizaciones de berenjena en el ecuador del mes de noviembre. En la semana 45 la berenjena se aprecia un 188% respecto a la semana anterior y en la semana 46 continúa incrementando su valor, aunque ligeramente.

La finalización de las producciones centroeuropeas sitúa a Almería como principal proveedor de berenjena en los mercados comunitarios este periodo. La campaña de exportación se encuentra a pleno rendimiento y se observa gran fluidez en la demanda.

La berenjena cerró el mes de octubre con precios desfavorables, tendencia que se ha invertido a partir de la semana 45. El precio de la berenjena sube favorecido por la reducción de la oferta andaluza y de la competencia internacional.

## JUDÍA VERDE

Tras la subida de precio experimentada en la semana 45 (57%), en la semana 46 la judía verde plana se deprecia un 19% respecto a la semana precedente. La oferta de Almería y Granada es muy reducida con respecto a la judía marroquí, que domina el mercado europeo de este producto. En la quincena analizada la judía verde plana obtiene cotizaciones superiores a las dos campañas precedentes.

# Agrocotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 16 al 22 de noviembre de 2021, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	0,94
Aguacate Hass.....	2,00
Fuerte.....	3,10
Kaki Otras Variedades.....	0,63
Rojo Brillante o Persimon.....	0,72
Castaña.....	3,25
Chirimoya Fina de Jete.....	2,29
Ciruela Otras Familia Black.....	1,49
Otras Variedades.....	1,15
Dátil Medjoul.....	12,90
Frambuesa Otras Variedades.....	8,20
Fresón Camarosa.....	9,50
Granada Grano de Elche.....	0,80
Higo Otras Variedades.....	2,98
Kiwi Pulpa Verde.....	3,90
Kiwigold.....	4,76
Lima Mejicana.....	1,89
Otras Variedades.....	0,60
Persian.....	1,31
Limón Fino o Primafiori.....	0,53
Verna.....	0,70
Rodrejo.....	0,70
Mandarina Otras Variedades.....	0,64
Clemenule.....	1,04
Fortuna.....	0,42
Marisol.....	0,80
Orunules.....	0,71
Mango Tommy Atkins.....	1,20
Manzana Otras Variedades.....	1,34
Fuji.....	0,98
Golden.....	1,46
Pink Lady.....	1,95
Reineta.....	1,72
Royal Gala.....	1,23
Starking o Similares.....	1,50
Melón Piel de Sapo.....	1,45
Membrillo Común.....	0,42
Naranja Lane Late.....	0,60
Navel.....	0,63
Navelina.....	0,60
Otras Variedades.....	0,60
Nuez.....	5,25
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	8,50
Pera Conferencia.....	1,33
Otras Variedades.....	1,50
Ercolini / Morettini.....	1,67
Piña Golden Sweet.....	1,00
Pithaya Otras Variedades.....	9,00
Plátano Americano o Banana.....	0,80
Plátano de Canarias 1ª.....	1,53
Extra.....	2,25
Pomelo Rojo.....	0,71
Amarillo.....	0,60
Sandía Sin Semilla.....	0,37
Uva Red Globe.....	1,10
Aledo.....	1,10
Blanca Otras Variedades.....	2,00
Sin Semilla Negra.....	2,14
Victoria.....	1,02
Italia o Ideal.....	1,00
Lavalle.....	1,60
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas.....	0,60
Hojas Rizadas Lyon.....	0,60
Otras Variedades.....	0,60
Ajo Blanco.....	2,50
Morado.....	0,50
Tierno o Ajete.....	2,64
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,80
Apio Verde.....	0,50
Otras Variedades.....	1,80
Berenjena Morada.....	1,33
Otras Variedades.....	0,45
Boniato o Batata.....	1,11
Brocoli o Brócoli o Brecol.....	1,20
Torre o Romanescu.....	1,25
Calabacín Verde.....	1,00
Blanco.....	2,01
Calabaza de Invierno.....	0,35
De Verano.....	0,50
Otras Variedades.....	0,50
Cardo.....	0,80

Cebolla Blanca Dulce Fuentes del Ebro.....	1,01
Otras Variedades.....	0,43
Tierna o Cebolleta.....	2,50
Chirivía.....	1,00
Col de Hojas Lisas.....	0,80
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,40
Otras Variedades.....	0,65
Repollo de Hojas Rizadas.....	1,00
Coliflor.....	1,25
Endivia.....	2,14
Escarola Rizada o Frisée.....	0,70
Espárrago Verde o Triguero.....	4,20
Espinaca.....	0,60
Haba Verde o Habichuela.....	2,74
Hinojo.....	1,00
Judía Verde Fina.....	4,96
Otras Variedades.....	7,00
Perona.....	3,22
Lechuga Cogollo.....	2,10
Hoja de Roble.....	1,50
Iceberg.....	1,20
Lollo Rosso.....	1,00
Otras Variedades.....	0,90
Romana.....	0,40
Maíz o Millo.....	0,86
Nabo.....	0,90
Pepino Corto o Tipo Español.....	1,07
Otras Variedades.....	0,70
Perejil.....	0,60
Pimiento Amarillo.....	1,41
Otras Variedades.....	0,85
Rojo California.....	1,05
Rojo Lamuyo.....	1,30
Verde Cristal.....	0,69
Verde Italiano.....	0,99
Verde Padrón.....	3,00
Puerro.....	0,90
Rábano y Rabanilla.....	1,20
Remolacha Común o Roja.....	0,70
Resto de Hortalizas.....	0,60
Seta Champiñón.....	2,02
Niscalo o Rovellón.....	14,42
Tomate Asucrado Verde Raf.....	1,33
Cherry.....	2,15
Liso Rojo / Daniela /	
Long Life / Royesta.....	0,76
Liso Rojo Pera.....	1,41
Liso Verde Mazarrón.....	0,56
Liso Rojo Rama.....	1,41
Liso Verde Rambo.....	1,20
Muchamiel.....	0,80
Otras Variedades.....	0,49
Zanahoria o Carlota en Rama.....	0,60
Nantesa.....	0,40
Otras Variedades.....	0,60

PATATAS	Euros/kg
Blanca Agría (Granel).....	0,75
Blanca Otras Variedades (Granel).....	0,62
Blanca Spunta (Granel).....	1,00
Roja Otras Variedades (Confec.).....	1,20
Blanca Monalisa (Granel).....	0,56
Blanca Claustar o Primor (Confec.).....	2,30
Blanca Europa (Granel).....	0,43
Roja Otras Variedades (Granel).....	0,71

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 25 de noviembre de 2021, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	1,35
Aguacate.....	4,00
Almendra.....	7,50
Pomelo.....	0,90
Avellana.....	6,50
Caqui.....	0,80
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	3,50
Cerezas.....	20,00
Cocos.....	0,50
Membrillo.....	0,90
Dátiles.....	6,50
Feijoa.....	4,00
Higo.....	1,75
Higos Chumbos.....	2,00
Frambuesa.....	0,70
Grosellas.....	0,80
Kiwis.....	2,25

Lichis.....	3,20
Lima.....	1,10
Limón.....	0,80
Fresa.....	6,00
Fresón.....	1,60
Granada.....	0,90
Mandarina Clementina.....	0,80
Satsuma.....	0,80
Otras.....	1,00
Mangos.....	3,00
Maracuyá.....	8,00
Melón Galia.....	0,45
Amarillo.....	1,50
Piel de Sapo.....	1,00
Otros.....	1,50
Moras.....	16,00
Nashi.....	0,75
Nectarina Blanca.....	1,20
Amarilla.....	1,20
Nispero.....	3,50
Nueces.....	4,00
Olivas.....	3,80
Papayas.....	3,75
Pera Blanquilla.....	0,90
Verano.....	0,40
Invierno.....	1,25
Temprana.....	1,10
Piña.....	0,80
Pitahaya.....	9,00
Plátanos Canario.....	1,90
Importación.....	0,70
Manzana Bicolor.....	0,75
Amarilla.....	0,70
Verde Cristal.....	1,20
Roja.....	0,80
Otras.....	1,30
Melocotón Amarillo.....	2,30
Rojo Pulpa Blanca.....	1,80
Rojo Pulpa Amarilla.....	1,30
Ciruela.....	1,70
Uva Blanca.....	2,25
Negra.....	1,60
Rambután.....	4,80
Sandía con semilla.....	1,20
Sin semilla.....	0,45
Naranja.....	0,80
Chirimoya.....	2,00
Otras Frutas.....	0,90

HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	1,10
Redonda.....	1,60
Ajo Seco.....	2,50
Tierno.....	0,60
Apio.....	0,50
Acelgas.....	0,65
Batata.....	0,40
Borraja.....	1,00
Brócoli.....	1,80
Brecol.....	1,50
Calçots.....	0,12
Calabaza.....	0,30
Calabacín.....	1,50
Cardo.....	0,65
Alcachofa.....	3,50
Cebolla Seca.....	0,25
Figueras.....	0,60
Tierna.....	0,65
Pepino.....	1,50
Col Repollo.....	0,75
Bruselas.....	1,00
Lombarda.....	0,35
China.....	0,70
Coliflor.....	1,30
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,60
Larga.....	0,50
Otras.....	0,40
Endibia.....	0,95
Escarola.....	0,70
Espárragos Blancos.....	9,00
Verdes.....	1,25
Espinaca.....	0,60
Haba.....	1,10
Hinojo.....	1,00
Perejil.....	0,40
Judía Bobi.....	2,25
Perona.....	4,50
Fina.....	3,00
Otras.....	1,50
Nabo.....	0,75

Zanahoria.....	0,40
Patata Blanca.....	0,48
Temprana.....	0,50
Roja.....	0,50
Pimiento Lamuyo.....	1,30
Verde.....	1,20
Rojo.....	1,50
Guisante.....	1,50
Puerro.....	1,15
Rábano.....	0,50
Remolacha.....	0,75
Tomate Maduro.....	0,80
Verde.....	1,40
Chirivía.....	0,95
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola.....	3,50
Rovellón-Niscalo.....	10,00
Champiñón.....	1,65
Otras Setas.....	10,00
Maíz.....	0,55
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

### Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 25 al 26 de noviembre de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Castañas.....	3,60
Chirimoyas.....	2,00
Limones.....	0,95
Mandarinas Clementina.....	1,30
Manzana Golden.....	0,75
Naranja Navelina.....	0,85
Pera Blanquilla.....	1,20
Plátanos.....	1,90
Uva Italia.....	1,70
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas.....	3,30
Cebollas Grano de Oro.....	0,32
Coliflor.....	0,80
Judías Verdes.....	2,25
Lechugas.....	0,54
Patatas Calidad.....	0,27
Pimientos Verdes.....	1,30
Tomate Maduro.....	1,20
Verde.....	1,40

### Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 15 al 21 de noviembre de 2021. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	3,64
Almendras.....	8,67
Caqui Pérsimo.....	1,06
Castaña.....	4,33
Cereza Picota.....	18,50
Ciruela.....	1,13
Chirimoya.....	1,83
Dátil.....	7,81
Fresa / Fresón.....	8,92
Granada.....	1,16
Kiwi / Zespri.....	3,01
Lima.....	1,88
Limón.....	1,04
Mandarina Clementina	
Fortuna / Nardocott.....	1,05
Satsuma / Kkitsu / Clausellina /	
Rufina / Chupi.....	0,98
Oronules.....	0,85
Clemenules.....	1,23
Mango.....	1,60
Manzanas O.V. / Pink Lady.....	2,06
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,19
Royal Gala / Cardinale.....	1,25
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,35
Granny Smith.....	1,52
Starking / R. Chief / Gloster /	
Galaxia.....	1,35
Verde Doncella.....	2,28
Reineta / Canadá Gris.....	2,12
Melocotón / Baby Gool.....	1,20
Melón / Galia / Coca.....	1,40
Membrillo.....	1,12

Naranja Navel.....	0,73
Valencia Late / Miaknight.....	0,70
Navelina.....	0,78
Nuez.....	4,54
Papaya.....	2,56
Pera Blanquilla o Agua.....	1,24
Ercolini / Etrusca.....	1,72
Conferencia / Decana.....	1,19
Limonera.....	1,07
O.V. / General Lecler / Nashi	
Red Sensation / Topea.....	1,60
Piña.....	0,87
Plátano.....	1,84
Banana.....	0,85
Pomelo / Rubi Start.....	1,28
Sandía.....	1,00
Uva.....	2,07
Otros Frutos Secos.....	10,93

HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	0,82
Ajo Seco.....	2,66
Ajo Tierno / Ajete.....	12,50
Alcachofa.....	1,78
Apio.....	1,05
Boniato / Batata.....	1,01
Berenjena.....	1,08
Brócoli / Brecol.....	1,52
Calabacín.....	1,19
Calabaza / Marrueco.....	0,73
Cebolla / Chalota.....	0,49
Cebolleta.....	0,93
Champiñón.....	2,08
Col Repollo.....	0,58
China.....	0,98
Lombarda.....	0,90
Coliflor / Romanescu.....	0,94
Endivia.....	2,23
Escarola.....	1,04
Pera Blanquilla.....	5,80
Espinaca.....	1,29
Haba Verde.....	2,55
Judía Verde Fina (Brasiléña).....	3,33
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,15
Boby / Kora / Striki.....	2,50
Lechuga O.V.....	0,56
Cogollo.....	1,80
Iceberg.....	0,82
Maíz.....	2,05
Nabo.....	0,83
Pepino.....	1,48
Perejil.....	1,84
Pimiento Verde.....	0,96
Rojo (Asar).....	1,22
Puerro.....	1,09
Rábano / Rabanilla.....	1,64
Remolacha.....	1,40
Seta.....	4,13
Tagarina / Cardillo.....	2,18
Tomate O.V.....	1,19
Cherry.....	2,91
Daniela.....	0,90
Zanahoria.....	0,59
Menestra.....	2,13
Hierbabuena.....	1,50
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana.....	0,48
Añeja.....	0,28

### Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 25 al 26 de noviembre de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Castañas.....	3,00
Chirimoyas.....	1,50
Limones.....	1,10
Mandarinas Clementinas.....	1,10
Manzana Golden.....	1,15
Roja.....	1,20
Naranja Navelina.....	1,10
Pera Blanquilla.....	1,55
Plátanos.....	1,05
Uva Italia.....	1,60
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas.....	2,95
Cebollas Grano de Oro.....	0,25
Coliflor.....	0,55
Judías Verdes.....	2,50

## MERCADOS NACIONALES

## Ailimpo. Coyuntura mercado de limón y pomelo

Resumen informativo de la coyuntura de mercado del limón y pomelo en España facilitada por Ailimpo-Consejería de Agricultura de Murcia, durante el periodo comprendido del 15 al 21 de noviembre de 2021. Precios origen. Semana 46/2021.

**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 Todo Limón (Murcia): 0,26-0,30 €/Kg

Limón Fino (Alicante): 0,25-0,30 €/Kg

Los últimos lotes de limones de **África del Sur** estarían al fin en proceso de liquidación final. El retraso para **España** de casi 6 semanas tiene como primera consecuencia que la merma de cosecha de los finos inicialmente prevista ha desaparecido a efectos prácticos. A todo ello hay que sumar las lluvias que facilitan el engorde de la fruta, lo que genera un efecto perverso sobre los precios en origen, más importante si cabe en las partidas de 95 que están sin tocar. La demanda del mercado es débil, y típica del mes de noviembre, donde solo mantiene algo de tono en el canal de supermercados que en todo caso ejercen fuerte presión en los precios. Por su parte, la demanda en los mercados mayoristas sigue siendo moderado. Y todo se traduce en limitada actividad de recolección en campo y en el trabajo de los almacenes. Por otra parte, problemas de calidad (goma, peteca y podrido) no ayudan mucho. En definitiva, campaña complicada, con un gran culpable identificado que es **África del Sur**, que recordemos ha plantado en los últimos años miles de hectáreas por lo que estamos ante un problema estructural y no coyuntural. Os recordamos que el Citrus Congress se celebra esta semana el martes y miércoles, en formato online y con traducción simultánea inglés-español. Todavía estás a tiempo de registrarte a través de este enlace: <https://www.citruscongress.com/registration>. Y finalmente, ya estamos terminando de preparar la planificación de todas las acciones la campaña de promoción del LIMON DE ESPAÑA para este segundo año que se financia con la Extensión de Norma. Toda la información disponible en la web de Ailimpo.

## POMELO

La campaña del **pomelo** mejicano está terminando. La campaña de **Israel** ha comenzado con dos semanas de adelanto y los volúmenes están por encima de la media. La oferta española está aumentando gradualmente mientras que las importaciones turcas son lentas. Frente a esto, la demanda global es moderada en el mercado. Por lo tanto, hay existencias disponibles y los precios tienden a la baja.

Lechugas.....	0,58
Patatas Calidad.....	0,40
Comunes.....	0,35
Pimientos Verdes.....	1,05
Tomates Verdes.....	1,20

## Mercialaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 22 al 26 de noviembre de 2021, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	4,00
Aguacate Hass.....	4,88
Fuerte.....	4,45
Otras Variedades.....	5,45
Almendra.....	1,50
Carambola.....	2,95
Castaña.....	3,97
Cereza Picota.....	5,70
Ciruela Otras Familia Black.....	1,15
Golden Japan y Songold.....	1,15
Coco Otras Variedades.....	0,95
Dátil Deglet Nour.....	2,35
Fresa.....	11,95
Fresón Otras Variedades.....	11,95
Granada Otras Variedades.....	1,49
Guayaba Otras Variedades.....	1,43
Higo Chumbo.....	2,45
Kaki Otras Variedades.....	1,75
Rojo Brillante o Persimón.....	1,25
Kiwi Kiwigold.....	4,95
Pulpa Verde.....	3,45
Limón Fino o Primafiori.....	1,45
Otras Variedades.....	1,45
Verna.....	1,15
Litchi o Lichi.....	4,45
Mandarina Clemenate.....	1,29
Clemenvilla o Nova.....	1,45
Ortanique.....	1,15
Clemenule.....	1,45
Manga Kent.....	4,28
Mango Tommy Atkins.....	1,95
Manzanas Fuji.....	1,70
Golden.....	1,67
Royal Gala.....	1,75
Granny Smith.....	1,45
Otras Variedades.....	1,65
Starking o Similares.....	1,75
Reineta.....	2,05
Melón Piel de Sapo y Similares.....	1,75
Amarillo.....	1,65
Galia.....	1,05
Otras Variedades.....	1,90
Membrillo Común.....	1,75
Naranja Navel.....	1,25
Valencia Late.....	0,95
Otras Variedades.....	0,95
Navelina.....	0,94

Navel Late.....	1,15
Lane Late.....	1,15
Nuez.....	4,45
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,45
Papayón (2-3 kg/ud).....	1,75
Paraguay Otras Variedades.....	1,45
Pera Conferencia.....	1,25
Otras Variedades.....	1,35
Ercolini / Morettini.....	1,55
Piña Golden Sweet.....	4,75
Plátanos Canarias Primera.....	1,21
Canarias Segunda.....	1,09
Canarias Extra.....	1,29
Pomelo Amarillo.....	1,05
Sandía Sin Semilla.....	1,19
Con Semilla.....	1,15
Uva Blanca, Otras Variedades.....	2,20
Red Globe, Roja.....	2,20
Negra Otras Variedades.....	2,25
Resto de Frutas.....	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon.....	1,45
Ajo Blanco.....	2,15
Morado.....	3,15
Tierno o Ajete.....	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95
Apio Verde.....	1,80
Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada.....	1,20
Berros.....	1,45
Boniato o Batata.....	1,22
Brócoli, Brecol o Brócoli.....	2,65
Calabacín Blanco.....	1,57
Verde.....	0,55
Calabaza de Verano.....	0,47
De Invierno.....	0,51
Cebolla Grano Oro o Valenciana.....	0,45
Morada.....	1,15
Recas o Similares.....	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna.....	1,45
Col China o Pekinensis.....	0,95
Lombarda o Repollo Rojo.....	1,87
Repollo Hojas Rizadas.....	0,68
Coliflor.....	1,02
Endivia.....	0,95
Escarolas Rizada o Frisé.....	1,50
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Espinacas.....	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Roja.....	2,50
Haba Verde o Habichuela.....	4,20
Hinojo.....	2,45
Judía Verde Bobby.....	4,49
Verde Otras Variedades.....	2,67
Verde Elda.....	4,95
Lechuga Otras Variedades.....	0,35
Romana.....	0,45
Maíz o Millo.....	0,45
Nabo.....	0,95

Pepino Corto o Tipo Español.....	0,75
Largo o Tipo Holandés.....	0,97
Perejil.....	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	1,30
Otras Variedades.....	1,28
Rojo Lamuyo.....	1,63
Verde Italiano.....	1,63
Verde Padrón.....	2,74
Puerro.....	0,94
Rábano y Rabanilla.....	1,45
Remolacha Común o Roja.....	1,30
Seta Champiñón.....	2,30
Girgola o Chopo.....	2,20
Tomate Cherry.....	2,65
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta.....	1,54
Liso Rojo Canarias.....	1,00
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	1,59
Jengibre.....	2,25
Name o Yame.....	2,20
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,55
Hortalizas IV Gama.....	5,50
Hortalizas V Gama.....	7,50
Resto Hortalizas.....	0,80
PATATAS (Granel)	Euros/kg
Blanca, Otras Variedades.....	1,00
Blanca Spunta.....	1,32
Otras Variedades.....	1,15
Roja Otras Variedades.....	0,75

## Mercamurcia

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 15 de noviembre de 2021. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A. (Últimos precios recibidos).

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte.....	3,20
Hass.....	2,25
Otras Variedades.....	1,90
Castaña.....	2,50
Chirimoya Fina de Jete.....	1,60
Otras Variedades.....	1,50
Ciruelas Otras Variedades.....	0,90
Coco en Seco (caja 10-14 p).....	0,85
Dátil Deglet Nour.....	2,80
Otras Variedades.....	7,00
Fresón Otras Variedades.....	6,50
Granada Mollar de Elche.....	0,80
Guayaba o Cas.....	1,90
Higo Chumbo.....	2,50
Kaki Otras Variedades.....	0,90
Kiwi Pulpa Verde.....	2,75
Otras Variedades.....	1,70
Lima Mejicana (Ácida).....	1,90
Limón Fino o Primafiori.....	0,45
Mandarina Otras Variedades.....	0,90
Mango Haden.....	1,80
Tommy Atkins.....	1,90
Otras Variedades.....	1,75
Manzanas Golden.....	0,85
Starking o similares.....	0,85
Granny Smith.....	1,25
Royal Gala.....	1,25
Otras Variedades.....	0,90
Reineta.....	1,20
Melón Piel de Sapo (y similares).....	1,30
Membrillo Común.....	0,75
Naranja Navel.....	0,50
Valencia Late.....	0,40
Navelina.....	0,50
Nuez.....	4,00
Papaya Otras Variedades.....	1,50
Solo o Sunrise.....	2,70
Pera Conferencia.....	1,30
Ercolini / Morettini.....	1,25
Agua o Blanquilla.....	0,95
Limonera.....	0,90
Piña Golden Sweet.....	0,95
Otras Variedades.....	0,65
Pitahaya Amarilla.....	4,00
Plátanos Canarias Extra.....	1,80
Canarias 1ª.....	1,60
Canarias 2ª.....	1,20
Americano o Banana.....	0,85
Macho.....	0,95
Pomelo Rojo.....	0,65
Uva Sin Semilla Blanca.....	2,20
Red Globe.....	1,15
Sin Semilla Negra.....	1,50
Italia.....	1,25
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas, Verde.....	0,45
Ajo Blanco.....	2,22
Morado.....	2,25
Otras Variedades.....	1,50
Tiero o Ajete.....	3,00
Alcachofa Otras Variedades.....	2,20
Apio Verde.....	0,50
Berenjena Morada.....	1,25
Otras Variedades.....	1,25
Boniato o Batata.....	0,65
Brócoli/Brecol.....	0,75

Calabacín Verde.....	0,90
Calabaza De Invierno.....	1,25
Otras Variedades.....	0,65
Cardo.....	0,90
Cebolla Grano de Oro o Valenciana.....	0,35
Babosa.....	0,30
Morada.....	0,40
Blanca Dulce de Ebro.....	0,70
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
Hojas Lisas.....	1,80
Coliflor.....	1,15
Endivia.....	2,00
Escarola Rizada o Frisé.....	0,90
Lisa.....	1,00
Espárrago Verde o Triguero.....	2,90
Espinaca.....	0,75
Haba Verde o Habichuela.....	2,40
Judía Verde Fina.....	6,50
Boby.....	4,50
Perona.....	3,75
Lechuga Romana.....	0,40
Iceberg.....	0,55
Cogollo.....	0,75
Hoja de Roble.....	1,40
Lollo Rosso.....	1,40
Otras Variedades.....	0,25
Nabo.....	0,95
Pepino Corto o Español.....	1,40
Perejil.....	0,75
Pimiento Verde Italiano.....	0,90
Rojo Lamuyo.....	1,15
Verde Padrón.....	2,65
Puerro.....	0,75
Rábano y Rabanilla.....	1,40
Remolacha Común o Roja.....	0,55
Seta Champiñón.....	1,75
Girgola o Chopo.....	3,25
Níscalo o Rovellón.....	11,00
Tomate	
Liso Rojo Daniela/Royesta.....	0,70
Liso Rojo Rama.....	0,95
Rojo Pera.....	0,70
Cherry.....	1,30
Verde Rambo.....	0,95
Liso Rojo Canarias.....	0,70
Verde Mazarrón.....	0,95
Kumato.....	3,00
Muchamiel.....	1,25
Otras Variedades.....	0,80
Asurcado Verde Raf.....	3,00
Zanahoria o Carlota en Rama.....	0,65
Carlota Nantesa.....	0,45
Jengibre.....	2,40
Name o Yame.....	1,25
Oca o Quimbombó.....	1,80
Tamarillo Otras Variedades.....	4,50
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,50
Hortalizas IV Gama.....	2,40
PATATAS	Euros/kg
Nuevas.....	0,48
Blanca Agría.....	0,48
Rojas Otras Variedades (Granel).....	0,48
Granel: Saco industrial Úbeda o malla Rachel (s/cliente) de 15, 20 ó 25 kg. Envase retornable. Confeccionada: Lavada y embolsada en distintos formatos.	

## Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 22 al 28 de noviembre de 2021, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates Hass (local).....	3,50
Fuerte (local).....	2,50
Kakis (no local).....	1,40
(local).....	1,50
Castañas (local).....	1,60
Cocos (no local).....	0,80
Dátiles (no local).....	4,10
Fresones (local).....	12,00
Granadas (local).....	1,60
(no local).....	1,55
Higo Negro (local).....	3,50
Limón Común (local).....	1,00
Primofiori (no local).....	1,10
Mandarinas Otras (no local).....	1,10
Otras (local).....	2,00
Clementinas (no local).....	1,65
Clemenule (no local).....	1,70
Manzanas Golden (no local).....	1,35
Royal Gala (no local).....	1,60
Reineta (local).....	1,50
Reineta (no local).....	2,10
Fuji (no local).....	2,10
Fuji (local).....	1,70
Otras (no local).....	2,10
Otras (local).....	1,50
Granny Smith (no local).....	1,75

Red Chief (no local).....	1,10
Melones Piel de Sapo (local).....	1,00
Piel de Sapo (no local).....	1,10
Galia (local).....	1,20
Membrillo (local).....	1,50
Naranja Navel (no local).....	0,75
Valencia Late (no local).....	0,70
Zumo Pequeña (local).....	0,70
Extra Grande (local).....	0,90
Navelinas (no local).....	0,70
Peras Conference (no local).....	1,25
Lima (local).....	1,50
Piña Tropical (local).....	4,00
Plátanos Extra (local).....	1,15
Primera (local).....	0,70
Segunda (local).....	0,60
Pomelos (no local).....	1,60
(local).....	1,00
Sandías (local).....	1,10
Sin Pepita (local).....	1,20
Uvas Otras Blanca (local).....	1,70
Otras Negras (no local).....	1,85
Red Glove (no local).....	1,90
Papaya Hawaiana (local).....	1,50
Cubana (local).....	1,20
Híbrida (local).....	1,20
Híbrida (no local).....	1,10
Guayabos (local).....	2,00
Mangos (local).....	4,00
Mangas (local).....	3,00
Kivi (no local).....	3,10
(local).....	1,50
Kiwano (local).....	1,50
Higos Picos (local).....	1,80
Parchita (local).....	5,70
Pitaya Roja (local).....	3,50
Carambola (local).....	2,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelgas (local).....	0,90
Ajos (no local).....	2,70
Albahaca (local).....	7,50
Apio (local).....	2,00
(no local).....	2,10
Alcachofas (no local).....	3,70
Berenjenas Moradas (local).....	1,30
Bubangos (local).....	3,00
Calabacines (local).....	2,00
Redondos (local).....	2,10
Zucchini (local).....	1,60
Calabazas (local).....	0,40
(no local).....	0,60
Cebollas Cebolletas (local).....	3,80
Blancas (no local).....	0,65
Blancas (local).....	0,90
Moradas (local).....	1,20
Moradas (no local).....	1,10
Coles Repollo (local).....	0,90
Lombarda (local).....	1,30
Coliflor (local).....	1,40
Champiñón (no local).....	2,50
Escarolas (local).....	0,70
Espinacas (local).....	3,20
Habas Verdes (local).....	2,20
Habichuelas Redondas Bobby (local).....	3,80
Coco Planas (local).....	4,20
Lechugas Batavia (local).....	1,00
Romanas Alargadas (local).....	1,80
Iceberg (local).....	1,20
Cogollos de Tudela (local).....	6,00
Hoja de Roble (local).....	3,00
Lollo Rosso (local).....	1,65
Nabos (local).....	2,00
Colinabos (local).....	2,00
Pepinos (local).....	1,50
Perejil (local).....	2,60
Pimientos Verdes (local).....	0,90
Rojo (local).....	1,40
Rojo (no local).....	1,00
Padrón (local).....	2,20
Padrón (no local).....	2,90
Amarillo (local).....	1,50
Puerros (local).....	1,30
Rabanillas (local).....	1,00
Rábanos (local).....	2,00
Romero (local).....	15,00
Rúcula (local).....	4,80
Tomates Pera (local).....	1,60
Salsa (local).....	1,20
Ensalada (local).....	1,60
Ensalada (no local).....	3,00
Raff (no local).....	2,60
Cherry (local).....	2,80
Cherry (no local).....	2,20
Tamarillo (local).....	1,60
Tomillo (local).....	7,50
Zanahorias Segunda (no local).....	0,65
Segunda (local).....	1,20
Primera (local).....	1,90
Batatas Otras (local).....	1,20
Yema Huevo (local).....	1,40
Lanzarote (no local).....	1,20
Blancas (local).....	0,90
Pimientos Otras (local).....	3,50

## MERCADOS NACIONALES

## Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 47, del 16 al 22 de noviembre de 2021, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
(Kg/árbol)		
(Cotización más frecuente)		
CLEMENTINAS		
Clemenules	0,25-0,30	Alicante
Clemenules	0,27-0,45	Castellón
Clemenules	0,25-0,34	Valencia
Clemenules	0,25-0,38	L. Valencia
Esbal	0,35-0,38	Castellón
Orogrande	0,25-0,30	Alicante
Orogrande	0,25-0,38	L. Valencia
Orunules	0,25-0,30	Alicante
OTRAS MANDARINAS		
Clemenvilla	0,33-0,35	Alicante
Clemenvilla	0,28-0,36	Valencia
Clemenvilla	0,28-0,34	L. Valencia
NARANJAS		
Navelina	0,15-0,20	Alicante
Navelina	0,15	Castellón
Navelina	0,11-0,17	Valencia
Navelina	0,13-0,17	L. Valencia
Sanguinelli	0,47	Castellón
NARANJAS BLANCAS		
Salustiana	0,18-0,21	Alicante
Salustiana	0,17	Castellón
Salustiana	0,17-0,19	L. Valencia
LIMÓN		
Fino	0,25-0,30	Alicante
POMELO		

Rojo	0,18-0,28	Alicante
FRUTAS		
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Caqui Rojo Brillante	0,18-0,41	Valencia
Granada Mollar	0,52-0,75	Alicante
Manzana		
Starking	0,60	Alicante
Fuji	0,81	Alicante
Uva de Mesa Aledo	0,90-1,00	Alicante
HORTALIZAS		
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Acelga	0,44-0,50	Alicante
Alcachofa		
Consumo Fresco	0,84-2,69	Alicante
Consumo Fresco	1,00-2,35	Castellón
Consumo Fresco	1,54-2,20	Valencia
Apio Verde	0,31-0,35	Alicante
Ajo Tierno	1,04-2,20	Alicante
Berenjena Rallada	0,45-0,90	Alicante
Brócoli	0,50-0,62	Alicante
	0,73	Castellón
Industria	0,12-0,15	Alicante
Boniato Rojo	0,33-0,35	Alicante
Blanco	0,64-0,72	Alicante
Calabacín	0,75-0,99	Alicante
	0,80-1,20	Castellón
Blanco	1,49-2,00	Castellón
Calabaza Tipo Cacahuete	0,20-0,34	Alicante
Tipo Cacahuete	0,28-0,50	Castellón

Redonda	0,50-0,66	Castellón
Cebolla tierna (manejo)	0,34-0,60	Alicante
	0,48-0,70	Valencia
Col China	0,45-0,50	Castellón
Lombarda	0,25-0,30	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,19-0,40	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,27	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,39-0,44	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,25-0,32	Castellón
Coliflor Blanca	0,35-0,48	Alicante
Blanca	0,36-0,53	Castellón
Blanca	0,65-0,76	Valencia
Escarola Hoja Rizada	0,25-0,45	Castellón
Espinaca	0,90-1,00	Alicante
Habichuela Blanca	3,40-5,00	Castellón
Roja	2,55-3,25	Castellón
Judía Boby	3,23-3,44	Alicante
Perona	3,012	Alicante
Perona	2,98-3,50	Castellón
Lechuga		
Maravilla	0,25-0,57	Castellón
Romana	0,40	Alicante
Romana	0,15-0,35	Castellón
Romana	0,24-0,16	Valencia
Trocadero	0,38-0,64	Castellón
Little Gem	0,36-0,45	Alicante
Pepino Blanco	0,99-1,29	Alicante
Pimiento		
Dulce Italiano	0,77-0,86	Alicante

Dulce Italiano	0,68-0,85	Castellón
Tomate		
Acostillado	0,60-0,97	Alicante
Redondo Liso	0,55-1,20	Castellón
Pera	0,43-0,90	Castellón
Raff	0,77-0,85	Castellón
Valenciano	2,34-2,55	Castellón
Zahagoria	0,16-0,17	Alicante
FRUTOS SECOS		
(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)		
ALMENDRAS		
Comuna	3,76-3,86	Alicante
Comuna	3,55-3,80	Castellón
Comuna	3,60	Valencia
Largueta	5,26-5,36	Alicante
Largueta	5,00	Valencia
Marcona	7,21-7,31	Alicante
Marcona	7,15-7,50	Castellón
Marcona	6,50	Valencia
Planeta	3,76-3,86	Alicante
INDUSTRIALES		
(Entrada almacén. Cotización más frecuente)		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	2,40-2,90	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	3,05-3,10	Castellón
Oliva Virgen Extra	3,15-3,25	Castellón
Garrafa Entera	1,40-1,73	Castellón
Miel De Millores	3,30-3,50	Castellón

Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	6,00
Berros (local)	1,80
Beterrada (local)	1,40
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	2,80
Piña Millo Dulce (local)	3,00
Names (local)	5,50
Yuca (no local)	2,30
Pantanas (local)	1,00
Piña de Millo (local)	2,70
(no local)	2,25
Brecol (local)	3,50
Hierba Huerto (local)	4,50
PATATAS	
Patatas	
Otras Blancas (no local)	0,70
King Edward (no local)	0,85
Cara (local)	1,20
Rosada (local)	1,60
Bonita (local)	4,50
Negra (local)	6,50
Negra Oro (local)	6,50
Spunta (no local)	1,30
Slaney (local)	1,40
Red-Cara / Druid (local)	1,20
Colorada Baga (local)	5,00
Galáctica (local)	1,20
Rooster (local)	1,60

## Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 25 al 26 de noviembre de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Castañas	4,40
Chirimoyas	1,80
Limones	0,80
Mandarinas Clementinas	0,80
Manzana Golden	1,40
Roja	1,00
Naranja Navelina	0,50
Pera Blanquilla	1,10
Plátanos	1,60
Uva Italia	1,95
HORTALIZAS	
Alcachofas	2,80
Cebollas Grano de Oro	0,30
Coliflor	0,75
Judías Verdes	2,10
Lechugas	0,40
Patatas Calidad	0,50
Comunes	0,24
Pimientos Verdes	1,20
Tomates Verdes	1,05
Maduros	1,05

## Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 25 al 26 de noviembre de 2021, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Castañas	2,50
Chirimoyas	1,50
Limones	0,80
Mandarinas Clementina	0,70

Manzana Golden	0,70
Roja	0,70
Naranja Navelina	0,70
Pera Blanquilla	0,90
Plátanos	1,50
Uva Italia	1,50
HORTALIZAS	
Alcachofas	1,75
Cebollas Grano de Oro	0,25
Coliflor	0,65
Judías Verdes	3,00
Lechugas	0,35
Patatas Calidad	0,36
Comunes	0,24
Pimientos Verdes	0,90
Tomates Verdes	1,20
Maduros	0,50

## Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 26 de noviembre de 2021, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.)	1,25
Coco	0,95
Kiwi	1,20
Limón	0,95
Manzana Royal Gala	0,85
Golden	0,75
Melón Galia	0,90
Membrillo	0,70
Pera	0,85
Conferencia	0,70
Piña	0,95
Plátano de Canarias	0,95
Papaya	1,25
Uva Blanca	1,25
Roseti	1,20
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 46, del 15 al 21 de noviembre de 2021, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Tarragona	
Acelga	0,47

Alcachofa	1,34
Col	0,48
Escarola	0,38
Judía Plana	0,78
Tomaquet	49,705
El Llobregat	
Apio	0,45
Alcachofas	0,70
Brócoli	0,70
Alcachofa	2,40
Cebolla Tierna	0,60
Col	0,70
Coliflor	0,90
Lechuga Romana	0,45
Espinaca	0,70
Habas	1,10
Zanahoria	0,60
Puerro	0,80
Tomate Híbrido	1,40
El Maresme	
Ajo Tierno (manejo)	0,65
Apio	0,50
Acelga	0,60
Cebolla Tierna (manejo)	0,60
Pepino	0,50
Lechuga Romana (unidad)	0,50
Hoja Roble (unidad)	0,50
Espinacas	0,70
Perejil (manejo)	0,35
Zanahoria (manejo)	0,65
Puerro	0,90
Tomate Híbrido	0,90

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

## Lonja de Binefar

Información de precios orientativos de los cereales, acordados como más representativos, referidos al 24 de noviembre de 2021. Sobre camión con destino fábrica, posición Binefar.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz	284,00
Cebada 64 k/hl	305,00
Trigo Pienso	317,00
Panificable	327,00
ALFALFA	
Rama 1ª - A	133,00-138,00
Rama 2ª	124,00-129,00
Rama 3ª	100,00-105,00

Precio medio s/camión, salida fábrica de zona.

## Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 25 de noviembre de 2021. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª	S/C
Rama campo 2ª	S/C
AVENA	
Avena Blanca	244,00
Rubia	251,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada Pienso -62 kg/hl	274,00
Pienso +62 kg/hl	279,00
CENTENO	
Centeno	258,00

GIRASOL	
Pipa Alto Oleico	556,00
Pipa de Girasol	551,00
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	276,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	462,00
Duro Proté=12%	457,00
Extensible Chamorro	289,00
Forrajero	281,00
Gran Fuerza w 300	316,00
Media Fuerza w -300	305,00
Panificable	286,00
Triticales	272,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	303,00
Yero Grano	260,00

## Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 23 de noviembre 2021. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	185,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	315,00
CENTENO	
Centeno	S/C
COLZA	
Importación 34/36%	328,00
GARROFA	
Harina	160,00
Troceada	170,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	279,00
GIRASOL	
Importación 34%	322,00
Semillas de Girasol	640,00
Torta de Girasol	S/C
Importación 28/3	275,00
MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación	327,00
Importación	283,00
Importación CE	289,00
MIJO	
Importación	470,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%	436,00
Harina	
Soja Nacional 47%	434,00
Aceite	
Crudo de Soja	1.305,00
Salvados de Soja	240,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	262,00
Forrajero	325,00
Panificable, mín. 11	340,00
Triticales	318,00
FRUTOS SECOS	
ALMENDRAS	
Común 14 mm	5.800,00
Largueta 12/13 mm	6.200,00
Largueta 13/14 mm	6.500,00
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	S/C
Forrajero Importación	S/C
ACEITE	
Palmiste Importación	252,00
Crudo de Palma	

## MERCADOS NACIONALES

## Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 15 al 21 de noviembre de 2021.

## CEREALES

**Almería:** Todo indica que las lluvias de estos días darán paso al comienzo de la siembra. El **trigo blando** supondrá en torno a un 90-95% de la superficie de **trigo**, la variedad **Arthur Nick** será de las más empleadas. En la **cebada caballar** se siembra entre otras la variedad "Albacete" a dosis de unos 140 kg/ha. **Cádiz:** Las siembras se iniciaron hace unos 10-15 días. Son escasos los agricultores que han aplicado abonado en fondo. **Córdoba:** Aunque la mayoría de las parcelas de secano se encuentran ya labradas y preparadas para la sementera, la siembra de los **cereales de invierno** no termina de arrancar ante la falta de precipitaciones. Se realizan aplicaciones de abono de fondo, los más habituales el triple quince y el fosfato diamónico. **Granada:** Las siembras de **cereales** continúan en la provincia, muchas se están realizando en seco, ya que hasta el fin de semana apenas había llovido en la provincia. Se observan parcelas de agricultores que han aplicado abonados de fondo del tipo 15-15-15 o abonados localizados en siembra aunque una buena parte abonará en cobertura. Algunas de las variedades que se están empleando son en **trigo duro: Gallareta y Don Pedro, trigo blando Arthur Nick y Macareno** y en **cebada** cerverca **Piuter. Huelva:** Finalizaron ya las labores de siembra y surgen las primeras nascencias que se abren paso en unos terrenos aún algo secos y duros; faltos de un adecuado tempero. El principal tipo de **cereal** sembrado es el **trigo duro. Jaén:** En las comarcas de la **Sierra de Cazorla, Sierra de Segura y Sierra Mágina** se están sembrando los **cereales de invierno** en la provincia. No se está aplicando abonado de fondo, reduciendo de esta forma los gastos, por su elevado coste que prácticamente ha doblado las cotizaciones de los abonos respecto al año pasado. En la mayoría de las parcelas aún no han emergido las plántulas y se encuentran en fase de germinación. Se espera que la humedad de estos días ayude en la nascencia. **Málaga:** Han comenzado las siembras de **cereal de invierno**. En la comarca de **Ronda** se dio inicio con las siembras de **avena** del tipo **Previsión**. En **cebada** se siembra entre otras la variedad **Planet** con dosis de siembra de unos 210 kg/ha. Pocos agricultores están abonando en fondo por la falta de lluvias. **Sevilla:** La coyuntura de tiempo seco unido al encarecimiento de los insumos desaniman la iniciativa de los agricultores y se observa menos actividad en el campo en comparación con otros años. Con todo, se dan labores de preparación del terreno y siembra de los **cereales de invierno** que ya vienen naciendo en las parcelas más tempranas.

## CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos: Almería:** En los invernaderos del **Poniente**, continúa el desarrollo de las matas en las plantaciones de **tomates**. Las plantaciones más tempranas desuelgan los tallos, después de haber recolectado los frutos de la parte inferior (aquellos agricultores que utilizan este sistema de cultivo). Continúa la recolección en los **pimientos** de todos los tipos y variedades, así como las labores de mantenimiento. Los precios están subiendo, por lo que los agricultores se animan a cortar. De esta manera, se descarga la mata para nuevos cuajes. Las plantaciones de **berenjenas** más tempranas están en plena recolección y el resto está comenzando la misma. En general, las plantas vegetan con normalidad, floreciendo, cuajando y engordando los frutos. Se van arrancando las plantaciones de **pepinos** agotados y se sustituirán por otro cultivo de **pepino** u otra hortaliza. Los invernaderos trasplantados más recientemente tienen instaladas en su mayoría doble cubierta y manta térmica, para aumentar la temperatura y acelerar así el desarrollo vegetativo. Se están cogiendo **pepinos** de todos los tipos. Hay plantaciones de **calabacines** en todos los estados de desarrollo, desde recién plantados a otras en floración, cuajado, engorde y recolección. Se arrancan las plantaciones ya agotadas. En los invernaderos de **Níjar**, continúa la recolección de todos los tipos de **tomates**. Los "cóctel" y "ramo" consiguen buena calidad de frutos, aunque, puntualmente, se ven frutos rajados. Se está aumentando la conductividad de las aguas de riego, y el aporte de microelementos y potasio, en pequeñas cantidades y de forma paulatina. El brusco descenso de temperaturas y las lluvias han disminuido las producciones. Se recolectan **tomates** de los tipos **Daniela y Pera, Asurcados, Raf** en diferentes tipos, **Cherrys, Rosa Barbastró y Corazón de Buey**. Se ha recolectado prácticamente la mitad de los **pimientos** en la zona de la **Cañada**, la mayoría de ellos son ecológicos, del tipo **California**, tanto rojos como amarillos. Continúa la recolección de las **berenjenas**. Se está en plena recolección de los **calabacines**, aunque por las condiciones climáticas no hay mucha producción. Los **pepinos** que se están recolectando ahora son los plantados más tardíos, obteniéndose frutos de buena calidad. **Granada:** En la comarca de **La Costa** se recolectan **tomates** en los invernaderos del tipo **Cherry Pera y Lisos**. La campaña comenzó en la zona de **Motril-Salobreña** en torno al 10-15 de noviembre. No está habiendo plagas, ni enfermedades en la zona. La recolección de **judías verdes** tipo **Elda** continúa bajo plástico. La recolección de **pimientos Italianos y Lamuyos rojos** sigue en la comarca de **La Costa** sin incidencias reseñables de plagas y enfermedades. **Málaga:** Ha comenzado la campaña de la **judía verde** plana tipo **Perona** con buenas cotizaciones. Están saliendo de los invernaderos de la comarca de **Vélez-Málaga pimientos italianos**. Las **berenjenas** han subido cotizaciones y la producción ha disminuido. Se recogen **pepinos** del tipo **español y francés**. Los **tomates** que más se están cosechando son los tipo **pera. Huelva:** En el cultivo de la **fresa** finalizaron ya las labores de plantación de matas de todas las variedades. Las variedades más tempranas están ya en fase de formación/cuajado de frutos y comenzarán a producir durante el mes de diciembre. Con respecto al resto de variedades, los estados van del BBCH 1-9 (Desarrollo de Hojas) al más avanzado BBCH 55-59 (Aparición del Órgano Floral), pero también hay parcelas en "Floración" y en fase de "Cuajado de Flores". En el cultivo de la **frambuesa**, todos los invernaderos se encuentran en la provincia con los plásticos de protección térmica echados pues ya hay heladas en la madrugada. Las variedades remontantes tales como la **Maravilla** o la **Adelita** son mayoritariamente las que están ahora mismo en producción (aunque ésta sea baja en estos momentos debido al frío y la lluvia). Se recoge la mora de otoño, injertada y "vara alta" tipo rosal, injertada y de una sola cosecha. ■ **Al aire libre: Almería:** En las zonas más cálidas de la comarca se recolectan las últimas **lechugas** plantadas. Siguen creciendo las últimas plantaciones realizadas. **Granada:** En la comarca de **Alhama**, zona de **Ventas de Zafarraya**, los **tomates pera, Cherry y Daniela** están finalizando. Con la bajada de temperaturas, muchos cultivos, han acabado la campaña. En la zona quedan **coles lisas, lombardas y rizadas**. Hay **coliflores** en recolección del tipo **Kayak y Ferrara**, con piezas de 1,5 kg. Las **alcachofas** en la zona se han helado con temperaturas de hasta -3º durante dos o tres semanas. En las comarcas de **Guadix, Baza y Huéscar** la campaña de

**lechugas y escarolas** han finalizado. Los rendimientos han sido para las **lechugas Iceberg** de 36.000 plantas/ha con pérdidas del 30-40% provocadas por las lluvias y granizadas principalmente. Las parcelas de **apios** que encontramos en la zona han finalizado campaña hace una semana con unos rendimientos de 56.000 plantas/ha. Las **judías verdes** en las zonas productoras al aire libre han terminado campaña debido a las condiciones climáticas entre ellas el viento. **Sevilla:** Se inicia en la provincia la recolección de **alcachofas y coliflores**. Germinación y primeros estadios de la **espinaca** para industria en la **Marisma**. Germinación y primeros estadios de las **zanahorias** para industria.

## FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutales de hueso y pepita: Almería:** Continúan en los almendros las podas en toda la provincia y se acumulan estos residuos para su posterior gestión (quema y triturado). En el **Alto Andarax**, ha terminado la recolección de los **nogales**. Se ha registrado un bajo rendimiento por la escasez de precipitaciones y por temperaturas demasiado benignas para esta zona, lo que ha conllevado a que no se hayan alcanzado el número mínimo de horas frío que necesita el cultivo para un rendimiento normal. También en el **Alto Andarax**, está finalizando la campaña de recolección de los **castaños**, quedando tan sólo un 20% o menos por cosechar, se ha obtenido un bajo rendimiento debido a la escasez de lluvias de este año hidrológico. Además, debido a las temperaturas demasiado altas para estas zonas de montaña, muchos frutos presentan daños por plagas. **Jaén:** Los **almendros** se encuentran amarilleando la hoja e iniciando la caída. Con la llegada de las bajas temperaturas, en las zonas de sierra, se acelera la caída. Hay zonas donde se han dado algunas labores de poda. La campaña ha tenido bajos rendimientos debido a la falta de precipitaciones. Las pepitas también han pesado poco. ■ **Frutales subtropicales: Granada:** El estado fenológico más retrasado en las **chirimoyas** es el de "Floración-cuaje". El que predomina es "Madurez-recolección". En la zona de **Salobreña** se observan fincas de **chirimoyas** con producción tardías que provienen de segundas floraciones. La variedad **Fino de Jete** es de las más recogidas. Finalizan las variedades de **aguacates Bacon y Fuerte** con una caída de precios, sobre todo los primeros. El resto de parcelas están en fase de engorde de frutos. La campaña del **mango** está muy adelantada y está finalizando en las variedades más tempranas quedando algunas parcelas de variedades más tardías. Se sacan **manzanos Keitt y Kent** con bajadas en las cotizaciones. En la costa, zona de **Motril-Salobreña** encontramos fincas de **guayabas** en recolección que han comenzado en el mes de septiembre. Las cotizaciones son muy oscilantes. No se observan incidencias significativas de plagas ni de enfermedades. **Málaga:** La variedad de **aguacate de piel lisa Bacon** está finalizada prácticamente. La variedad **Fuerte** aún continúa hasta el mes de enero en una campaña normal. Está comenzando la variedad **Hass**, el cultivo lleva un adelanto de maduración de 15-20 días. Se están realizando recogidas selectivas con calibres grandes. Está finalizando la campaña del **mango**. La cosecha está siendo buena en producción aunque los precios están más bajos de lo esperado. La calidad ha sido muy buena, sin plagas reseñables, sólo algo de cochinilla.

## CÍTRICOS

**Almería:** Con la campaña de **limón fino** avanzada, la salida de fruta de las fincas continúa a un ritmo más retrasado que otras campañas. La calidad de la fruta está siendo buena y los calibres que salen son medios, ya que no ha terminado de coger un gran tamaño. Los **pomelos** más precoces se encuentran en estado fenológico de enero y en la comarca del **Bajo Andarax** se espera comenzar a mediados de diciembre con la variedad **Star Rubi. Huelva:** La recolección de **mandarina** en la provincia continúa con las variedades tempranas y de media estación. Los calibres son medios (se precisan más precipitaciones) y la calidad media buena. Están finalizando la recolección de las **Oronules y Loretinas** y están en plena campaña las **Clemepons, Clemenules, Miro y Beatriz**. La cantidad de fruta recolectada es buena, aunque falta de color (horas de frío) y de grueso calibre (predomina el intermedio y pequeño). En cuanto a **Naranjas: Navelinas y Salustianas** se encuentran en recolección (las variedades más importantes hasta el momento). Se observa una cierta falta de adecuada coloración en la fruta debido al retraso en la llegada de los fríos. Calidad media buena y rendimientos también buenos. **Sevilla:** El frío y la lluvia favorecen el envero y la maduración de los **cítricos**. Continúa la recolección de las **naranjas Navelinas** y de las **mandarinas oronules, satsumas y clementinas**.

## OLIVAR

■ **De almazara: Córdoba:** La recolección del **olivar** superintensivo se encuentra muy avanzada. Se generaliza la recolección de la **aceituna de almazara** en toda la provincia, principalmente en **Sierra Morena** y en la zona de predominio de la variedad picual. Se mantiene la tendencia de los últimos años de adelantar las fechas de recolección buscando aceites frutados de mayor calidad. En las parcelas ya recolectadas, la mayoría de **aceituna de mesa** y superintensivos, se realizan labores de poda y tratamientos fungicidas. **Granada:** La recolección en la zona de **Huésca, Baza y Guadix** continúa con unos rendimientos inferiores a otras campañas. Arbequinos y Picuales con poca carga y **aceitunas arrugadas** están dando datos de producción bajos. En las comarcas de **Los Montes** la campaña está a punto de iniciarse. La aceituna se encuentra dañada en las comarcas de **Valle del Lecrín y Alpujarras** y comienza la campaña en días Se dan labores para alisar el terreno de cara a la recolección. **Jaén:** Se están recolectando las zonas donde la **aceituna** presenta la pulpa madura. En la comarca de **Sierra Mágina** comenzó el día 15 de noviembre con rendimientos grasos del 22%, mejorando datos del año pasado. La sequía no ha permitido que cogiera tamaño y es prácticamente todo hueso, poca pulpa. Hay otras zonas como la comarca de **Sierra de Cazorla y Sierra de Segura** que han comenzado hace dos semanas la recolección, llevan un adelanto de 15 días sobre las fechas normales de otras campañas. Los rendimientos en esta zona están más bajos, sobre el 17-18%. **Málaga:** En la comarca de **Vélez-Málaga** la cosecha este año presenta malas perspectivas. No ha llovido prácticamente nada y en los secanos la producción es muy corta. Se esperan importantes mermas de producción. La recolección comenzará la próxima semana, en las fechas normales de esta zona. **Sevilla:** El estado fenológico dominante del **olivar** es el de envero con **manchas rojas**, envero amarilleo en los más atrasados y fruto maduro con pulpa blanca en los más adelantados. Avanza a buen ritmo la recolección de la **aceituna de almazara**. En esta coyuntura de sequía urge quitar la **aceituna de los olivos** para que el árbol sufra menos y se recupere vegetativamente aunque el rendimiento sea algo menor.

Naranja Navelina Calidad 2ª	0,12-0,14
Naranja Salustiana Calidad 1ª	S/C
Naranja Salustiana Calidad 2ª	S/C
Naranja Industria Grupo Navel	S/C
Naranja Industria Grupo Blanca	S/C

Nota: Los precios son orientativos, en árbol, origen cordoba. Sin IVA incluido para la naranja de industria los precios son sobre camion segunda sesión de la campaña. Mercado con pocas operaciones. Se repite la cotización para la navelina de calidad 1a y se cotiza la navelina de calidad 2a. La parte superior de la horquilla de calidad 1a se corresponde con calibres altos y extras. Se sigue sin cotizar la salustiana porque aunque se están realizando operaciones se espera mayor volumen de operaciones.

Próxima sesión el 30 de noviembre de 2021.

## Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 24 de noviembre de 2021, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso.....	288,00
Cebada .....	279,00
Triticale.....	278,00
Centeno .....	262,00
Avena.....	257,00
Maíz.....	277,00
GIRASOL	Euros/Tm
Girasol .....	580,00
Girasol Alto Oleico .....	585,00
ALUBIAS	Euros/Kg
Canela.....	1,35
Negra.....	3,20
Palmeña	
Redonda .....	1,70
Planchada .....	1,35
Plancheta .....	1,65
Pinta.....	1,00
Riñón de León.....	1,20
Redonda .....	1,20
PATATAS	Euros/Kg
Agria.....	150,00
Jaerla.....	140,00
Kennevec.....	180,00
Red Pontiac.....	180,00
Red Scarlett.....	90,00
Hermes.....	140,00
Yona.....	90,00
FORRAJES (17/11)	Euros/Kg
Alfafa Paquete Rama .....	166,00
Alfafa	
Paquete Deshidratado.....	245,00
Paja 1ª (Cebada) .....	23,00
Veza Forraje de 1ª .....	130,00
Forraje .....	100,00

## Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del 25 de noviembre de 2021. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidador, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona .....	7,30
Largueta.....	5,41
Comuna .....	3,66
Ferragnes .....	4,30
Garrigues .....	4,76
Guara.....	3,78
Ramillete.....	4,74
Comuna Ecológica .....	S/C

## Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 22 de noviembre de 2021, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFAGRO.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS GRANO	
Comuna Ecológica .....	8,20
Pelona.....	2,70
Común.....	3,35
Largueta.....	5,00
Mallorca.....	3,25
Marcona .....	7,00
Mollar .....	3,25
Mollar cáscara.....	S/C
Rofes cáscara .....	S/C
AVELLANAS	
San Giovanni, libra .....	1,80
Tonda, libra .....	1,85
Corriente, libra.....	1,85
Negreta, libra .....	2,00
PIÑÓN	
Andalucía.....	65,00
Castilla .....	65,00

## Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 22 de noviembre de 2021, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando.....	298,00
Cebada P.E. (+64).....	292,00
Avena.....	257,00
Centeno.....	268,00
Triticale.....	289,00
Maíz (14º).....	280,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Garbanzo Pedrosillano .....	750,00
Lenteja Armuña (IGP).....	1.200,00
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44) .....	S/C
Girasol Alto Oleico.....	S/C
FORRAJES	Euros/Tm
Avena Forraje.....	S/C
Paja Paquete Grande.....	31,00
Alfafa Empacada.....	S/C
Veza .....	S/C

## Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 25 de noviembre de 2021. Información facilitada por EFAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa Empacada.....	168,00
Avena .....	243,00
Cebada Nacional de 62 Kg/Hl .....	270,00
Centeno.....	253,00
Girasol.....	S/C
Girasol 9-2-44 .....	540,00
Paja Empacada .....	23,00
Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl.....	278,00

## Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 16 de noviembre de 2021. Origen almacén agricultor 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.....	320,00
Grupo 4.....	S/C
Grupo 5, Pienso .....	S/C
Pienso Importación .....	310,00
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	S/C
Grupo 2.....	S/C
Grupo 3.....	S/C
Grupo 4.....	S/C
Triticale Nacional.....	S/C
Importación.....	303,00
Avena Importación.....	330,00
Nacional.....	S/O
Cebada, Igual y más de 64 .....	S/O
Menos de 64.....	S/O
Importación Origen Puerto.....	308,00
Maíz Importación origen Puerto.....	280,00
Nacional.....	280,00
Habas Nacional.....	S/O
Importación.....	355,00
Guisantes Nacional .....	S/O
Importación.....	322,00
Girasol Alto oleico +80%.....	580,00
Convencional .....	570,00
Colza.....	S/O
Próxima sesión 30 de noviembre de 2021.	

## Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 26 de noviembre de 2021. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2021-2022).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero .....	279,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	279,00
Pienso -62 kg/Hl .....	273,00
AVENA	
Rubia .....	256,00
Pienso .....	256,00
TRIGO	
Duro Pr>12.....	S/C
Pienso +72 Kg/Hl.....	292,00
Fuerza +300w +14 pr .....	330,00
Fuerza -300 +12,5 pr .....	315,00
Panificable Pr>11, W<200 .....	299,00
Chamorro.....	315,00
Triticale.....	281,00
Centeno .....	S/C
Yeros .....	300,00
Garbanzo sin limpiar .....	500,00
Veza .....	330,00

## MERCADOS NACIONALES

Guisante .....280,00  
 NOTA: Semana vencida con un comportamiento extraño en el mercado, que se mantiene firme pero con pocas operaciones. Continúa la presión de los mercados internacionales y los precios elevados de cereal en los puertos, lo que provoca subidas en las cotizaciones de los cereales.  
 Próxima reunión el viernes 10 de diciembre 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 22 de noviembre de 2021. Campaña 2021-2022.

## GRUPO NARANJAS Euros/Kg

## SUBGRUPO NAVEL

Navelina ..... 0,14-0,18

Navel ..... 0,18-0,23

Navel Lane Late ..... Sin Operaciones

Navel Powell,

Barnfield y Chislett ..... Sin Operaciones

## GRUPO SANGRE

Sanguelini ..... Sin Operaciones

## GRUPO BLANCAS

Salustiana ..... 0,18-0,21

Barberina y Mid-night

Sin Operaciones

Valencia Late ..... Sin Operaciones

## GRUPO MANDARINAS Euros/Kg

## GRUPO SATSUMAS

Iwasaki ..... Sin Operaciones

Okitsu ..... Sin Operaciones

Owari ..... 0,14-0,23

## GRUPO CLEMENTINAS

Clemenrubí, Orogrós

y Basol ..... Sin existencias

Orunules ..... Sin existencias

Marisol ..... Sin existencias

Mioro ..... Sin existencias

Arrufatina ..... Sin existencias

Clemenules

Orogrande ..... 0,28-0,42

Hernandina ..... Sin Operaciones

## GRUPO HÍBRIDOS

Clemenvilla ..... 0,30-0,35

Tango ..... Sin Operaciones

Nardocott ..... Sin Operaciones

Ortanique ..... 0,23

Orri ..... Sin Operaciones

Nota: Las compras y la recolección se centran en las Clemenules y Orogrande.

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 25 de noviembre de 2021.

## ARROCES Euros/Tm

## CÁSCARA

Gleva,

disponible Valencia ..... 330,00-340,00

J. Sendra,

disp. Valencia ..... 330,00-340,00

Monsianell,

disp. Valencia ..... 330,00-340,00

Fonsa,

disp. Valencia ..... 330,00-340,00

Guadamar,

disp. Valencia ..... S/C

Furia,

disp. Valencia ..... S/C

Gladío y Tahibonnet,

disp. Valencia ..... S/C

Sirio,

disp. Valencia ..... S/C

Puntal ..... S/C

Bomba,

disp. Valencia ..... 744,00

## Precios según rendimientos, a granel

## BLANCO

Vaporizado,

disponible Valencia ..... 680,00-700,00

Gleva, Senia, Fonsa Extra,

disponible Valencia ..... 720,00-740,00

Guadamar Extra,

disponible Valencia ..... 720,00-730,00

Largo Indica,

disponible Valencia ..... 700,00-720,00

## Precios por tonelada a granel.

## SUBPRODUCTOS

Cilindro, disponible Valencia 200,00-210,00

Medianos Corrientes,

disponible Valencia ..... 400,00-410,00

Medianos Gruesos,

disponible Valencia ..... 450,00-460,00

## CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm

Maíz Importación,

disponible Puerto Valencia ..... 280,00

Maíz Nacional,

destino Valencia ..... 296,00

Cebada Nacional, dest. Val. .... 305,00

Avena Rubia,

dest. Valencia ..... 300,00

Blanca, destino Valencia. Sin Operaciones

Guisantes Nacional,

dest. Valencia ..... Sin Operaciones

Veza Nacional ..... Sin Operaciones

Semilla Algodón,

destino Valencia ..... 360,00-361,00

Trigo Pienseo Nacional,

Tipo 1 ..... S/C

Tipo 2 ..... S/C

Tipo 3 ..... S/C

Tipo 4 ..... S/C

Tipo 5 ..... 315,00-318,00

Trigo importación ..... S/C

## Precios por tonelada a granel.

## TURTOS Y HARINAS Euros/Tm

Soja 44% baja proteína,

disponible Barcelona ..... 416,00

Soja 47% alta proteína,

disponible Barcelona ..... 426,00

Cascarilla de Soja,

disponible Tarragona ..... Sin operaciones

Cascarilla de Avena,

destino Valencia ..... Sin existencias

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. 180,00-230,00

Harina de Girasol Integral (28%),

disponible Tarragona ..... 275,00-276,00

disponible Andalucía ..... 240,00-242,00

Harina de Girasol

Alta Proteína (34-36%),

disponible Tarragona ..... 325,00-326,00

Palmiste,

disp. Valencia ..... 264,00-265,00

Gluten Feed,

disp. Valencia ..... 233,00

Bagazo de Maíz, disp. Valencia ..... 275,00

Pulpa seca remolacha granulada,

Import., disp. Tarragona ..... 277,00

Import. disp. Andalucía ..... 283,00-285,00

Salvado de Trigo

Cuartas, destino Valencia ..... 218,00

## Precios por tonelada a granel.

## GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm

Varietas Matalafera y similares (origen)

ENTERA

Zona Valencia ..... 1.450,00-1.500,00

Zona Alicante ..... 1.400,00-1.500,00

Zona Castellón ..... 1.200,00-1.400,00

Zona Tarragona ..... 1.200,00-1.400,00

Zona Murcia ..... 600,00-1.000,00

Zona Ibiza ..... 650,00-850,00

Zona Mallorca ..... 1.300,00-1.700,00

Precios tonelada a granel s/rendimientos

Troceada Integral, disp. orig. 140,00-156,00

Troceada sin Harina

disponible origen ..... 160,00-170,00

Troceado Fino, disp. origen. 125,00-135,00

Garrofin,

disponible origen. 19.500,00-21.000,00

## LEGUMBRES Euros/Tm

Disponible origen

## ALUBIAS

Redonda Manteca ..... 2.100,00

Pintas Granberry ..... 1.700,00

Michigan ..... 1.500,00

Canellini Argentina 170/100 ..... 1.500,00

Blackeyes ..... 1.650,00

Negras ..... 1.700,00

Garrofon ..... 2.050,00

GARBANZOS

Nuevos 44/46 ..... 1.500,00

Nuevos 34/36 ..... 1.950,00

Nuevos 50/52

(tipo café americano) ..... 1.500,00

## LENTEJAS

USA Regulars ..... 1.150,00

Laird Canadá ..... 1.250,00

Stone ..... 1.050,00

Pardina Americana ..... 1.250,00

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

Agría Nueva,

disponible Valencia ..... 400,00

Lavada,

origen España, disp. Val. .... 320,00

Francesa Nueva de Salamanca,

disponible Valencia ..... 220,00

Elido o Similares,

origen Francia, disp. Valencia ..... 32,00

Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.

## CEBOLLAS Euros/Tm

Varietas Grano, disponible origen

pocas operaciones

calibres 1 al 6, en campo ..... 170,00

## Lonja de Zamora

Información de los precios agrarios de la Mesa de Cereales del 23 de noviembre de 2021 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

## CEREALES Euros/Tm

Trigo Blando ..... 285,00

Cebada ..... 280,00

Avena ..... 255,00

Maíz ..... 280,00

Alfafa Empacada ..... S/C

Paja Empacada ..... S/C

Girasol ..... S/C

Trigo Forrajero ..... S/C

Centeno ..... S/C

## La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 15 al 21 de noviembre de 2021, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

## CEREALES Euros/Kg

Trigo

Media Fuerza ..... 29,15

Pienso ..... 28,55

Cebada Malta ..... 27,64

Pienso ..... 27,04

Maíz ..... S/C

Tricale ..... 27,79

Los precios de los cereales siguen elevándose por encima de cualquier nivel conocido e imaginado, tanto en nuestro mercado local como en el nacional e internacional. La superación en los mercados europeos durante la semana pasada del nivel psicológico de los 30 céntimos/kg en el trigo podría ser la señal para que la demanda aumente sus posiciones a largo y añada más combustible a este período inflacionista. Si a ello se le suma distintos aspectos comerciales, como la actuación de China, que sin mirar precios tantea distintos mercados para sus importaciones, o circunstancias geopolíticas, que encarecen los precios de la energía y las materias primas, podríamos decir que esta situación solo podría variar si los precios se hicieran inalcanzables y la demanda desapareciera totalmente. Por desgracia, la especulación, que no negocia con grano sino con contratos, sigue encontrando un terreno propicio a su actuación y la volatilidad aumenta.

## PATATAS Euros/100 Kg

Consumo Fresco Libre ..... 16,00

Consumo Fresco Contrato ..... 15,00

Industria frito sin conservación ..... 14,30

Con Conservación ..... 16,00

Industria congelado rojas ..... 11,90

Congelado blancas ..... 11,00

La comercialización de patata de consumo avanza pausadamente en un ambiente de estabilidad. La patata que aguarda en los almacenes, a la que se le ha aplicado el tratamiento antigermiante, espera a que transcurra el plazo de seguridad para su salida al mercado.

## 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

La enfermedad fúngica denominada como "hongo de pelo" está afectando a la producción del champiñón, que no a la calidad, haciendo disminuir su rendimiento, aunque todavía es pronto para saber en qué proporción. Pese a ello, el precio del champiñón se mantiene estable. En el caso de las setas, en estos momentos existe una escasa oferta de producto, lo que conllevaría un incremento en su cotización. Sin embargo, el precio se mantiene igual que en semanas anteriores.

## HORTALIZAS Euros/Kg

Acelga Amarilla (aire libre) ..... 0,65

Verde (aire libre) ..... 0,50

Borrajá con Hoja (Invernadero) ..... 0,60

Cogollos ..... 2,50

Escarola ..... 7,80

Apio ..... 0,25

Cardo ..... 0,35

Repollo hoja rizada ..... 0,25

Coliflor ..... 8,00

# José Barres, reelegido presidente de IGP "Cítricos Valencianos"

José Barres asume, por tercera vez consecutiva, el mandato de este sello de calidad

► FRANCISCO SEVA RIVADULLA (\*). El productor cítrico valenciano, José Barres Gabarda, ha sido reelegido nuevamente presidente de la Indicación Geográfica Protegida "Cítricos Valencianos", asumiendo así su tercer mandato consecutivo al frente de este prestigioso sello de calidad.

Según ha explicado José Barres Gabarda, "para mí es un orgullo poder renovar en este cargo, el sector cítrico valenciano es un sector complicado, pero representar a la entidad que aglutina a todas las partes del mismo es una devoción y a la vez una gran responsabilidad".

Además, el nuevo presidente de "Cítricos Valencianos" ha señalado que está muy agradecido "a todos los miembros del pleno del Consejo Regulador y a las organizaciones representadas por la confianza que han depositado en mí y haber sido elegido por unanimidad".

Igualmente, el máximo responsable de esta entidad ha apuntado también que "por delante tenemos unos años muy importantes para nuestra figura de calidad. La IGP 'Cítricos Valencianos' cada vez se hace más necesaria para distinguir



José Barres, presidente por tercera vez consecutiva de la IGP Cítricos Valencianos, y Víctor Fuster, vicepresidente. / IGP

en el punto de venta los cítricos certificados con calidad y origen de la Comunitat Valenciana, frente a los diferentes países terceros que entran a competir con nuestro producto en aquellos mercados más tradicionales. Nuestro objetivo es que se vayan sumando más operadores a los 61 registrados actualmente, aumentar en agri-

cultores y superficie inscrita, y a la vez, ganar presencia en los mercados más importantes".

#### ■ GARANTÍA DE CALIDAD

Por su parte, el vicepresidente de "Cítricos Valencianos", Víctor Fuster, ha subrayado especialmente que "los consumidores nacionales y europeos exigen conocer el origen de los productos

que consumen, demandan más producto local y su trazabilidad, en definitiva, mayor transparencia. La IGP 'Cítricos Valencianos' ofrece la garantía de un producto con los más altos estándares de calidad exigidos por la Unión Europea. Las grandes cadenas de distribución han detectado esta creciente tendencia y por ello apuestan cada vez más

por etiquetar sus productos con nuestro sello de calidad".

Además, ha comentado también que "desde el Consejo Regulador tenemos el objetivo de garantizar que todo aquel producto que haga referencia a los cítricos de la Comunitat Valenciana esté correctamente etiquetado y evaluado por nuestros técnicos, queremos eliminar el fraude que supone, anunciar la venta de naranjas y clementinas valencianas sin etiquetado IGP, cuando en realidad desconocemos el verdadero origen y procedencia".

#### ■ COMPOSICIÓN DEL PLENO

Por unanimidad, se ha elegido presidente a José Barres Gabarda representando a AVA-Asaja; como vicepresidente a Víctor Fuster Embuena en representación de Germans Fuster SL, como secretario continuará Joan Manuel Mesado i Martí en representación de La Unió de Llauredors, y el resto del Pleno queda de la siguiente forma:

Por el censo A de agricultores: Yolanda Natividad Morant del Villar (AVA-Asaja); Antonio París López (La Unió); Ramón Espinosa Saez (JJAA-Asaja); Fernando Durá Velis (La Unió) y Felipe Juan Narbón (AVA-Asaja).

Por el censo B de operadores: Marcelo Alfredo Zapater (Cheste Agraria, Coop. V); Inmaculada Sanfeliu Feliu (SAT Cítricos Valencianos); Juan Ramón Barber Durá (Rural "San Vicente Ferrer" de Benaguacil, Coop. V.); Rafel Bono Úbeda (Frutas Carrusel SL); José Luis Barres Sanhauja (Coop. Agrícola La Constancia, S. Coop.V.) y Abel Alarcon Natán (Agrios Selectos SL).

(\*). Director de comunicación de IGP "Cítricos Valencianos"

## Luis Planas visita Fruits de Ponent

El ministro de Agricultura pudo conocer los proyectos de la compañía y el catálogo de nuevos productos

#### ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, efectuó el pasado jueves una visita a la sede central del Grupo Cooperativo Fruits de Ponent en Alcarràs, donde conoció de primera mano la amplia estructura del grupo, su compromiso con el sector y el territorio, la apuesta por la sostenibilidad y la eficiencia energética, además del nuevo catálogo de productos.

Luis Planas fue recibido por el presidente del Grupo Cooperativo Fruits de Ponent, Sebastià Escarp, y por el CEO de la compañía, Josep Presseguer, además de miembros del Consejo Rector y del comité de dirección de las diferentes cooperativas que forman el grupo. Antes de acceder a las instalaciones, se guardó un minuto de silencio con motivo del Día Internacional para la eliminación de la violencia contra las mujeres y en memoria de las víctimas en un simbólico acto en el que también participaron trabajadores y trabajadoras del grupo.

Durante la visita, el ministro recibió todo tipo de detalles sobre la actividad del grupo Fruits de Ponent, haciendo hincapié en que es un grupo cooperativo con diferentes áreas de negocio y un volumen muy grande de actividad. En este sentido, se remaró que se ha ampliado el catálogo de productos y que el grupo cuenta con dos agrotiendas, poniendo énfasis en el protagonismo y la fuerza de los asociados, que se traduce en un nivel máximo de democracia interna y de participación de los socios en las prin-

cipales decisiones. De hecho, el propósito del grupo es que los socios agricultores puedan ser competitivos y mantener la viabilidad de su actividad a través de precios justos para todos los actores de la cadena alimentaria.

Uno de los aspectos que se trasladó a Luis Planas es la importancia de garantizar el relevo generacional en el campo, y que este sector, hoy, con los tiempos de pandemia, debe ser fundamental en el desarrollo económico y social, y para ayudar a impulsar la recuperación.



Plantilla y directivos del grupo guardaron un minuto de silencio en memoria de las víctimas de violencia machista. / F. DE PONENT



Visita a una de las líneas de confección de pera. / FRUITS DE PONENT

Del mismo modo, se remaró el compromiso decidido del grupo con la sostenibilidad en los ámbitos social, económico y medioambiental, con avances notorios en el campo de la eficiencia energética derivados de la reducción de plásticos y emisiones de CO2, ahorro de energía gracias al uso de paneles solares y de vehículos eléctricos, del control de gasto del agua y de la gestión de residuos. Todo ello con la determinación de alcanzar los Objetivos de De-

sarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 y el Pacto Mundial.

También se informó a Luis Planas de las colaboraciones del Grupo Cooperativo en proyectos y con entidades de ámbito social y solidario, aspectos que aportan un valor diferencial a Fruits de Ponent y que hacen de su Fundación uno de los ejes fundamentales del proyecto. Como también lo son los esfuerzos del grupo por impulsar la investigación, el desarrollo y la digitalización, por ampliar año tras año los estándares de calidad y la oferta de productos y, también, de forma especial, por promover los hábitos saludables de consumo.

La visita también sirvió para mostrar al ministro algunos de los productos 'estrella' como el aceite virgen extra Prædium Kylvatt, del Molino de Alcanó, que ha obtenido ya tres premios internacionales o la fruta, como el caso de la pera que se está confeccionando actualmente en la central.



Equipo de EDYPRO en el acto de celebración del 25 Aniversario. / ÓSCAR ORZANCO

# EDYPRO celebra su 25 aniversario

Más de un centenar de invitados comparten con la empresa esta fecha tan señalada

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

EDYPRO celebró la semana pasada su 25 aniversario con el compromiso de seguir investigando para que la agricultura sea "una gran empresa de futuro". El evento tuvo lugar en el Palau de les Arts Reina Sofia y reunió a más de un centenar de personas vinculadas a la compañía.

Entre las personalidades destacadas que asistieron a esta celebración se encontraban Roger Llanes, secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana; Pedro Pernías Peco, director territorial de la Conselleria de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital en Valencia; Júlia Company Sanus, directora del IVACE, y los alcaldes de Foios y Meliana, Sergi Ruiz y Josep Antoni Riera, respectivamente.

El evento, que aunó un carácter festivo con una parte más técnica y divulgativa, contó con la participación del investigador europeo Massimo Biloni, fundador de IRES srl y de Acquaverderiso y presidente de Strada del Riso Vercellese di Qualità; Juan Pablo Torregrosa, en representación de CEEI Valencia, y Ángela Pérez, presidenta de Bioval, el cluster biotecnológico de la Comunitat Valenciana que aglutina a las empresas que se dedican a la biotecnología en sectores de salud, medioambiental y agroalimentario.

Vicente Puchol, gerente y director técnico de la firma,



Vicente Puchol, gerente y director técnico de la firma. / EDYPRO

agradeció la asistencia a todos los presentes, "colaboradores, clientes y equipo de EDYPRO. Cada uno, en nuestro papel y con nuestro trabajo, hacemos posible que la investigación en biotecnología para el incremento de la calidad y de producción de los cultivos sea una realidad que se transmite a los agricultores y estos ofrecen al consumidor final

productos del campo de calidad premium".

Como apuntaba el lema elegido por EDYPRO para la conmemoración de este 25 aniversario: innovación para la agricultura del futuro; Puchol explicó cómo la investigación y la biotecnología permiten lograr cultivos sin residuos, exentos de enfermedades, "mejorando la rentabilidad

de las explotaciones agrarias y aportando un valor añadido para la alimentación humana".

## ■ 25 AÑOS DE TRAYECTORIA

Vicente Puchol comenzó a investigar, desarrollar y producir sus soluciones biotecnológicas en una antigua instalación familiar y en 1996 constituyó EDYPRO Biotecnología. El primer producto desarrollado y lanzado al mercado fue Organovital Plus, que ha sufrido varias reformulaciones a lo largo de estos años en línea con el compromiso de mejora continua de la compañía.

La década del 2000 supuso la consolidación de EDYPRO y el reconocimiento a todo el trabajo de investigación e innovación desarrollado. Fue una época dorada en la que recibió numerosos galardones como: Mejor Iniciativa Empresarial, CEEI, en el año 2000; 1º Premio Proyectos en Funcionamiento, Caixa Popular, en 2001, y el Premio Bancaixa para Jóvenes Emprendedores en el año 2002.

También en esa época, concretamente en noviembre del 2003, se inauguró una planta de producción nueva con una capacidad productiva de 200 toneladas/año. En el transcurso de estos años esta se ha ido modernizando e intensificando su potencial productivo hasta triplicar el volumen de fabricación inicial.

En 2004 recibió la nominación al Premio Nova en la categoría de "Creación de Empresa Inno-

El lema elegido por EDYPRO para este 25 aniversario ha sido 'Innovación para la agricultura del futuro'

En la actualidad, la firma es líder en el mercado con productos de alta eficacia y valor diferenciado

vadora" destacando la investigación y el desarrollo de soluciones que sustituían a las sustancias hormonales para el cuajado. Y finalizaba la década en el año 2009 con el Premio Respeto y Promoción del Medio Ambiente de los Distintivos Pactem Nord a la Corresponsabilidad.

Por esas mismas fechas también se llevó a cabo el desembarco de la compañía en el mercado almeriense, en el que predominan los cultivos hortícolas bajo abrigo. Se trata de unos de los mercados más exigentes en innovación, resultados en campo, calidad de producto y servicio técnico.

Fruto de más de 10 años de investigación, EDYPRO encontró la clave de acceso al RNA para activar la expresión de los genes vinculados a los factores productivos de los cultivos. Con este proyecto fue finalista en 2011 del premio InnovaQ. A partir de este descubrimiento se han desarrollado y mejorado sus productos más demandados: Edyfruit Arroz, Procuaje Radicular, Edyfruit Engorde Radicular, Edyfruit Maíz, Soja Cuaje o Soja Engorde.

En la actualidad, EDYPRO es líder en el mercado con productos de alta eficacia reconocida y valor diferenciado, tanto para el agricultor como para el consumidor final de los frutos. Ya son 87 los productos que desarrolla, 20 de los cuales están certificados para su uso agricultura ecológica y 23 son de residuo cero.

La firma se dedica a la mejora de la producción agrícola mediante uso de fertilizantes biotecnológicos que investiga, desarrolla y fabrica desde 1996. Es una empresa de capital privado ubicada en Foios (Valencia). Actualmente cuenta con dos laboratorios, dos fábricas y tres campos experimentales y tiene presencia en el mercado nacional, así como en Portugal, Francia e Italia.

## 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](mailto:info@valenciafruits.com) o por correo postal a Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6 - 46005 VALENCIA



# CUIDAMOS TUS CÍTRICOS

**Nuestras soluciones:**



# FRUITGARD®

*Protección segura*

**FRUITGARD®-70(T)**

TIABENDAZOL + IMAZALIL

**FRUITGARD® 80 AL**

FOSETIL AL

**FRUITGARD®-OPP**

ORTOFENILFENOL

**BRIOZIL**

ORTOFENILFENOL + IMAZALIL

**FRUITGARD®-IS 7,5**

IMAZALIL

**FRUITGARD®-I 50**

IMAZALIL

**PHILABUSTER 400™** by Janssen PMP

IMAZALIL + PIRIMETANIL

**PENBOTEC 400™** by Janssen PMP

PIRIMETANIL



## FOMESAFRUITECH

*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](http://www.fomesafruitech.net)

valencia fruits  
dossier

**Producción  
Sostenible**



El concepto de sostenibilidad aplicado a la agricultura es esencial para hablar del futuro del planeta. / ARCHIVO

# La agricultura sostenible: ¿del camino hacia el futuro?

Más del 20% de los gases de efecto invernadero provienen de la producción agrícola convencional, este dato evidencia la necesidad de encontrar un modelo rentable, social y respetuoso con el medioambiente

► ELISA BENAVENT. REDACCIÓN.

¿Quién no se ha encontrado por lo menos una vez enfrente de los estantes de fruta y verdura de supermercados, en los que carteles y etiquetas anunciaban una sección dedicada exclusivamente a los productos ecológicos, y, al ver los precios, ha preferido apartar la vista?

Los productos ecológicos se reconocen fácilmente por el sello correspondiente y esto, de alguna manera, hace pensar al comprador que aquello que está comprando ha sido elaborado a partir de procesos sostenibles y naturales, sin químicos ni fertilizantes. Por eso, al ver el precio, el consumidor entiende que conseguir que los alimentos lleven su propio ciclo natural significa inevitablemente que le toquen un poco más el bolsillo, aunque no siempre opta por meterlo en el carro de la compra, quizás con un poco de remordimiento por no poder contribuir, por ejemplo, a frenar el cambio climático.

Los sellos no engañan, los productos pueden ser ecológicos o bio, pero esto no significa que obligatoriamente sean sostenibles. Existe una gran diferencia entre estos conceptos que, probablemente, pase desapercibida para la mayoría de nosotros. La propia Unión Europea no encuentra la distinción entre estos dos términos y en el Reglamento (UE) 2018/848, que es el que regula la producción y el etiquetado de productos ecológicos, se consideran sinónimos.

Sin embargo, la distinción entre ambos tipos de agricultura resulta necesaria para entender el contexto actual. Dicho de manera breve y sencilla, la agricultura, para ser sostenible, debe cubrir las necesidades alimentarias de las generaciones presentes y futuras y mantener



La agricultura evoluciona hacia modelos sostenibles más allá de las modas. / ARCHIVO

la economía del sector agrario sin poner en peligro la salud del medioambiente ni la cantidad de recursos naturales. En esta definición, por tanto, no se entiende la agricultura sostenible únicamente como “ambientalmente sana”, sino también como económicamente viable, por lo que entra también en juego una perspectiva rentable y social de la agricultura.

Con tal de conseguir esto, la agricultura sostenible debe ser un sistema de prácticas agrícolas basado en innovaciones científicas que permitan producir alimentos saludables con prácticas respetuosas para el suelo, aire y agua y que, además, respeten los derechos de los agricultores. Según Eduardo Moyano, ingeniero agrónomo e investigador del Instituto de Estudios Sociales Avanzados del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), “la agricultura sostenible no tiene por qué ser ecoló-

**Los sellos no engañan, los productos pueden ser ecológicos o bio, pero esto no significa que obligatoriamente sean sostenibles. Existe una gran diferencia aunque pase desapercibida para la mayoría**

gica, pero sí debe ser eficiente, permitiendo atender la demanda de alimentos y, al mismo tiempo, reducir el impacto ambiental y los costes asociados al consumo de recursos. Todo esto sin que se disparen los precios”.

Que uno de los ejes de la agricultura sostenible sea no contribuir a la degradación medioambiental ni a la contaminación no debería extrañar ya que el uso convencional de las tierras de cultivo es responsable de aproximadamente el 20% de las emisiones de gases de efecto invernadero y, para más inri, del consumo del 70% de agua a nivel mundial. Según la Organización

de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), un tercio de toda la producción agrícola global se desperdicia y, sin embargo, alrededor de 700 millones de personas pasan hambre.

¿Podría ser la agricultura sostenible la herramienta para alcanzar las dos grandes metas de la humanidad en el siglo XXI: erradicar la hambruna mundial y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero a cero? Aunque este camino hacia el futuro solo se ha empezado a recorrer en los últimos años, el sector ya está intentando adaptarse a este nuevo paradigma y,

así, han surgido diferentes modelos y técnicas de agricultura sostenible para hacer frente a estos dos grandes retos.

## ■ AGRICULTURA CONVENCIONAL

La agricultura convencional, entendida como el estadio más avanzado de la agricultura tradicional, es aquella que ha sabido adaptarse a la evolución tecnológica y a las prácticas contemporáneas. Sin embargo, deberíamos remontarnos a la época de la Revolución Industrial para entender por qué este tipo de agricultura ya no resulta ni eficiente ni beneficiosa para la humanidad.

Cuesta pensar que, durante siglos, el cultivo de vegetales no necesitaba de pesticidas ni fertilizantes para cosechar unos buenos tomates. Los procedimientos eran naturales y se empleaban los propios recursos del campo en un circuito prácticamente cerrado. Pero, con la llegada progresiva de la industria agroquímica, se empezaron a utilizar fertilizantes y abonos químicos para aumentar la productividad y rentabilidad.

Aunque alcanzar altos niveles productivos supuso poder satisfacer elevadas demandas de alimento, la utilización intensiva del método desembocó inevitablemente en la contaminación de espacios naturales y del agua, el deterioro de la tierra y desequilibrios en la biodiversidad a consecuencia de los herbicidas y pesticidas. Se crea así un círculo vicioso: la resistencia natural de las plantas a plagas y enfermedades se deteriora, para combatirlas se utilizan plaguicidas y productos herbicidas y esto provoca cada vez más agresiones de parásitos, lo que obliga al in-

(Pasa a la página 4)



**biomarket**  
mercabarna



Barcelona  
Capital Mundial  
de la Alimentación  
Sostenible 2021



[www.mercabarna.com/biomarket](http://www.mercabarna.com/biomarket)

# YO SOY BIO

**Biomarket,**  
el primer mercado mayorista  
de alimentos ecológicos de España.

En el Biomarket-Mercabarna encontrarás la más amplia cantidad, variedad y calidad de alimentos bio, así como servicios logísticos especializados. Más de 20 empresas mayoristas de frutas y hortalizas y multiproducto bio ponen a tu alcance lo mejor de la producción ecológica. Tus clientes quieren ser BIO.

**Hazte BIO.**

## “La agricultura...”

(Viene de la página 2)

crecimiento de productos químicos para combatir estos parásitos. Y vuelta a empezar.

A partir de los años 70, viendo el aumento en el uso de productos químicos y las grandes cantidades de agua empleadas en la producción agrícola mundial, se hizo evidente que el sistema productivo ponía en grave peligro los recursos existentes y que era necesario desarrollar sistemas alternativos de agricultura más acordes con las necesidades actuales. Así dio sus primeros pasos la agricultura sostenible.

Ahora, por ejemplo, cada vez más son las propias empresas fitosanitarias de pre- y postcosecha las que se esmeran por hacer sus productos químicos y fertilizantes más sostenibles, para que se degraden fácilmente y no destruyan la flora microbiana.

### ■ LOS CINCO MANDAMIENTOS

Así, en contraste con la agricultura convencional, la sostenible se sustenta sobre una serie de mandamientos que la FAO clasifica en cinco puntos:

1. Mejorar la eficiencia del uso de los recursos es crucial para la sostenibilidad de la agricultura.

2. La sostenibilidad requiere acciones directas para conservar, proteger y mejorar los recursos naturales.

3. La agricultura que no logra proteger y mejorar los medios de vida rurales, la equidad y el bienestar es insostenible.

4. La agricultura sostenible debe aumentar la resiliencia de las personas, de las comunidades y de los ecosistemas, especialmente al cambio climático y la volatilidad de los mercados.

5. La sostenibilidad de la alimentación y la agricultura necesita mecanismos de gobernanza responsables y eficaces.

En la práctica, esto se traduce en mejorar la calidad medioambiental, mantener la fertilidad y calidad del suelo, preservar la pureza del agua, hacer un uso eficiente de las fuentes de energía no renovables y adaptarse a los ciclos naturales biológicos, así como apoyar el desarrollo económico rural y la calidad de vida y laboral de los agricultores.

Ejemplo de ello sería utilizar plantas leguminosas fijadoras de nitrógeno en lugar de fertilizantes, emplear pesticidas naturales y no químicos o adoptar la labranza cero en lugar de arado. En el uso de agua, la agricultura sostenible utiliza métodos como agua reclasificada y sistemas de riego por goteo enterrados, que limitan el flujo de agua evitando desperdiciar así los recursos naturales.

Por su parte, los agricultores deben anticiparse a los cambios, saber actuar en consecuencia (por ejemplo, en la incorporación de recursos renovables como la energía eólica, solar o hidráulica en lugar de petróleo), maximizar la calidad en las etapas de actividad agrícola y saber que las granjas sostenibles son, ante todo, negocios en los que el beneficio obtenido se puede reinvertir internamente o para otros fines sociales o ambientales.

Además de las numerosas ventajas a nivel medioambiental y en la salud de las personas, el aspecto social adquiere especial relevancia cuando a través de la agricultura sostenible se fomenta la mano de obra, proporcio-

# Una terminología confusa. Bio, eco, orgánico, sostenible...

Según un estudio realizado por Unilever en 2016, el 64% de los españoles creía que estos términos significan lo mismo. Sin embargo, buscar el trasfondo de estos conceptos permite concluir que existen diferencias sustanciales entre ellos y que, además, el sin fin de etiquetas que forman un amplio abanico para hacer referencia a estos productos producen gran confusión en el consumidor.

Por tanto, ahora que “la moda de lo verde” es cada vez más evidente, y se suman tiendas y supermercados incorporando ese rincón ‘ecológico’, resulta necesario establecer los límites de cada concepto y a qué hacemos referencia exactamente cuando decimos que algo es natural, bio, eco, orgánico o sostenible.

Una de las principales diferencias entre la agricultura sostenible y la ecológica es que la primera no está regulada por ley, mientras que la segunda sí se rige por el Reglamento (UE) 2018/848 sobre la producción ecológica y el etiquetado de los productos ecológicos. Sin embargo, esta normativa contiene un decálogo de intenciones y propuestas interesantes, pero que finalmente solo obliga a reducir el uso de determinadas sustancias y evitar otras, por lo que deja lo ecológico lejos de lo sostenible.

Asimismo, la agricultura sostenible tiene en cuenta la extensión del terreno, que suele ser pequeño para facilitar la gestión de recursos, el transporte local y la optimización de combustibles, y no obliga a usar exclusivamente productos biológicos. Por contra, la ecológica puede sembrar varias hectáreas y solo utiliza fertilizantes bio. Y la clave que explica la verdadera diferencia es que, en la agricultura sostenible, que respeta el medioambiente, pero tiene como principal objetivo garantizar el bienestar de las personas, se antepone que los productores obtengan beneficios económicos a conseguir un cultivo completamente ecológico.

Mientras tanto, por productos biológicos se entiende aquellos que no han sido alterados genéticamente y los orgánicos serían los que no han sido intervenidos químicamente para lograr su desarrollo óptimo. Sin embargo, que un alimento sea orgánico, no asegura que sea bio, puesto que, aunque no contenga químicos, puede elaborarse a partir de productos modificados genéticamente. Pero, para complicar aún más la comprensión de este mar de nombres, cuando en Europa, en pleno siglo XX, empezaron a surgir alternativas ecológicas a la producción industrial, Reino Unido denominó estas prácticas como ‘organic agriculture’, mientras que Suiza las llamó ‘agriculture biologique’.

Aunque los métodos eran similares, porque renunciaban al uso de productos químicos a

nando más empleo que la agricultura mecanizada intensiva y reforzando las economías locales y regionales.

### ■ CUATRO MODELOS, UNA SOLA META

Como consecuencia del ya mencionado impacto ambiental de la agricultura en el planeta, han surgido hasta cuatro modelos distintos dentro de la agricultura sostenible, pero que comparten un mismo objetivo: conservar los ecosistemas naturales. En esta clasificación se encuentran la agricultura biodinámica, la permacultura, la producción integrada y la agricultura ecológica.

Empezando por la última, la agricultura ecológica es la más extendida en Europa y la base de los demás modelos, también es el único modelo legislado por la Unión Europea. Se basa en el uso exclusivo de las prácticas de cultivo sostenible que ayudan a preservar la biodiversidad del suelo e impiden su devastación. Está totalmente prohibido el uso de fertilizantes y fitosanitarios químicos, pero sí se permiten

Como consecuencia del impacto ambiental de la agricultura en el planeta, han surgido hasta cuatro modelos distintos dentro de la agricultura sostenible

Comparten el objetivo de conservar los ecosistemas naturales la agricultura biodinámica, la permacultura, la producción integrada y la agricultura ecológica

pesticidas naturales para combatir plagas y malas hierbas. Por otra parte, los alimentos producidos de acuerdo a estas leyes de producción ecológica deben identificarse mediante el sello europeo.

En la agricultura biodinámica se da más importancia a la interacción entre el suelo, los nutrientes, los microorganismos y cultivos y se caracteriza por el uso de compuestos específicos de procedencia animal y vegetal y teniendo en cuenta los ciclos astronómicos para siembra, labranza, mantenimiento y cose-



La terminología no ayuda a ver las diferencias. / ARCHIVO

cha. También viene reconocido por un sello, llamado Demeter, que certifica que se ha elaborado en base a las normas específicas de la biodinámica.

La permacultura, con la pretensión de remontarse a la antigüedad y mantenerse fiel a las tradiciones de los indígenas de Australia, donde se originó este modelo, se amolda al máximo a la naturaleza y sostiene que así se obtienen los sistemas más eficientes, eficaces y sostenibles. Para ello, se estudia el terreno para ver qué organismos lo habitan durante el año y se usan los

recursos gratuitos de la naturaleza de manera eficiente, como la temperatura o los cambios de pendiente. No existe ningún sello para los alimentos producidos a partir de la permacultura, pues es más común en huertos domésticos o fincas pequeñas y medianas que en grandes extensiones de cultivo.

Por último, la producción integrada sería un modelo a medio camino entre la agricultura convencional y la ecológica, pues combina el uso de técnicas agrícolas tradicionales como productos agroquímicos con métodos de lucha biológica para el control de plagas y enfermedades. Pretende “minimizar” el uso de productos no naturales, pero sin que se reduzca la productividad, por lo que sería el método menos sostenible de los cuatro, porque no elimina los efectos negativos de los productos químicos, sino que los retrasa en el tiempo.

Aunque son cuatro los diferentes modelos que abarca de la producción sostenible y que, al final, comparten la misma meta, algunos han demostrado ser más sostenibles que otros y todavía se están investigando las diferentes líneas de actuación e incluso la viabilidad de estos modelos. Es el caso de la producción integrada o, incluso, de la agricultura ecológica. En ocasiones existe una idea “quimérica” de la agricultura ecológica como aquella en la que el agricultor cultiva la tierra a mano y espera pacientemente que la planta dé sus frutos.

El ingeniero agrónomo Jaime Martínez-Valderrama lo explica así para la revista Investigación y Ciencia: “No puede ser muy ecológico un tomate que viaja en camión 3.000 km ni puede serlo un cultivo que es propio del verano y que, por una acumulación de aberraciones, resulta que se produce en cualquier época del año excepto en el verano”. Por otra parte, afirma que los tomates necesitan mucha energía y agua en los cultivos y, aunque “empezamos a estar interesados por la manera en que se producen las cosas y pagar algo más por no destruir el medioambiente, a la vez queremos tomates perfectos, brillantes, homogéneos y que no valgan el doble”. Resalta así que las cosas serían muy distintas si realmente quisiéramos un mundo “ecológico”: “La cesta de la compra sería bastante más cara; no tendríamos de todo el año; seríamos más vulnerables a problemas de desabastecimiento y no existirían esos bonitos productos que refulgen en los estantes de los supermercados”. En contraposición, asegura que “comeríamos menos cantidad, adecuada a nuestras necesidades reales, los productos naturales mejorarían nuestra salud y el medioambiente estaría mejor”.

A pesar de estas contradicciones en cómo vemos el mundo ecológico y cómo es realmente en la actualidad, son cada vez más las iniciativas por adentrarse en esta nueva tendencia hacia la sostenibilidad, una tendencia que marcará el futuro de las próximas décadas. Queda así ampliamente demostrado que el camino a seguir por parte de agricultores y empresas es este y que será necesaria también una correcta legislación a nivel europeo (y mundial) para mejorar los modelos y no comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.



**BADALONA PAC**

innovación en malla

# Nuestro modelo más sostenible, ya es un hecho

La **sostenibilidad** es un objetivo ineludible, por eso hemos creado nuestra gama de mallas tejidas **100% compostables y con hilo de celulosa de origen vegetal**, realizadas con materias primas renovables, certificación FSC y reintegrables al medio ambiente mediante compostaje doméstico o industrial después de su uso.



ECO  PAC

- Amplia gama de anchos y tejidos
- Ingenioso embalaje pillow pac
- Mayor autonomía y fácil utilización
- Menos residuos de embalaje
- Atractiva gama de color
- Agradable tacto natural



# La Comunitat se sube decidida al tren de la agricultura ecológica

El II Plan Valenciano de Transición Agroecológica pretende seguir la línea del anterior, aunque con un mayor peso en dar visibilidad y concienciar sobre los valores ecológicos

► ELISA BENAVENT. REDACCIÓN.

En 2016 salió a la luz el I Plan Valenciano de Producción Ecológica, un proyecto que durante cuatro años se propuso generar un nuevo modelo económico impulsando la producción agraria local y ecológica. En 2020 quedó demostrado que sus objetivos habían sido alcanzados sobradamente, llegando a experimentar un crecimiento importante del sector con un incremento del 20% en la superficie de agricultura ecológica certificada en la Comunitat Valenciana: en 2011 eran 65.461 las hectáreas dedicadas a la agricultura ecológica, frente a las casi 150.000 en 2020. Además, también crecieron el volumen de facturación, el número de operadores (de 2.000 en 2011 a 3.544 en 2020) e industrias ecológicas.

Con estos datos, la Comunitat Valenciana roza los límites de lo que pide la Unión Europea para 2030, quedando todavía nueve años por delante para seguir mejorando en aspectos como la gobernanza entre consumidores, productores y distribuidores.

Después de esta primera apuesta por adaptarse a un nuevo paradigma social, económico y medioambiental, en el que la agricultura debía reinventarse con tal de satisfacer las nuevas demandas de los consumidores, resultó evidente la necesidad de continuar apostando por este modelo de agricultura. Por ello, a principios de octubre de este año se presentó el II Plan de Transición Agroecológica (2021-2025) por parte de la Generalitat y del Servicio de Producción Ecológica e Innovación.

Este nuevo proyecto pretende mantener las líneas de actuación como continuación del primer plan, aunque sí ha cambiado el nombre con la intención de incidir no tanto en la producción ecológica en sí, como su predecesor, sino más en hacer llegar a la población los valores que engloba la agroecología, valores de sostenibilidad y de alimentación saludable. Además, tal y como se explicó en la presentación, pretende hacer frente a dos grandes retos del futuro.

El primero de estos retos es la emergencia climática y aumentar la resiliencia del territorio de la CV ante los efectos del cambio climático. David Torres, director general de Desarrollo del Medio Rural, asegura que “a pesar de que ahora se hable de la emergencia climática, esto no es algo nuevo, sino que lleva ya muchos años con nosotros” y que, por ello, en 2015 ya se proponían llevar a cabo esa “transición hacia un modelo más sostenible”, no solo porque ya lo demandaban algunos orga-



Representantes de Conselleria y de la agricultura ecológica valenciana reunidos en Valencia. / RF

nismos, la Unión Europea y los propios consumidores, sino porque, además, también debían competir con otros países a la hora de ofrecer productos ecológicos y sostenibles. “Fue una voluntad estratégica, con una perspectiva de futuro social, ambiental, pero también económica y con el tiempo se ha visto que fue acertada. Ahora mismo la Comunitat es un referente en agricultura ecológica”, resume Torres.

El segundo reto sería promover una alimentación saludable y sostenible para garantizar la salud de la sociedad a nivel local. En este sentido, al director de Desarrollo del Medio Rural le gusta decir que “somos lo que comemos y si no comemos bien, no estaremos bien ni mental ni físicamente”, por lo que este objetivo es especialmente importante a la hora de ofrecer un producto de excelente calidad al consumidor, un producto saludable, fresco y de temporada.

## ■ LÍNEAS DE ACTUACIÓN

Siguiendo el modelo del primer plan, este también se estructura en cinco líneas de actuación o ejes que cuentan con una dotación económica de 114.280.000 euros.

El segundo eje, con el título ‘Objetivo 2030: estimular la producción y la elaboración de productos ecológicos’, resulta de especial importancia dado que, según el director de Desarrollo del Medio Rural, “está vinculada a todas las ayudas de la PAC de mejora de las estructuras agrarias, incorporación de jóvenes, creación de industrias, etc.”. Por lo que respecta a los jóvenes, To-

**Este nuevo proyecto pretende mantener las líneas de actuación del primer plan, aunque ha cambiado el nombre con la intención de incidir en hacer llegar a la población los valores que engloba la agroecología**

**La agricultura ecológica ha demostrado estar solucionando el problema con los jóvenes, incitando y promoviendo su incorporación así como también de mujeres, con un crecimiento de más de un 6%**

**“La agricultura ecológica ofrece estabilidad, rentabilidad, agricultura más atractiva, sostenible, respetuosa con el medioambiente. La gente está más concienciada con esto y quiere ir hacia un sector así”**

rres hace referencia a que “uno de los grandes problemas de la agricultura es el relevo generacional. Tenemos una agricultura muy envejecida”. Los datos demuestran que la media de edad de operadores en la agricultura ecológica es de 48 años, en el caso de la agricultura convencional de 64 años.

Sin embargo, la agricultura ecológica ha demostrado estar solucionando no solo el problema con los jóvenes, incitando y promoviendo su incorporación, sino también de mujeres, puesto que en el último año el 31% de operadores eran mujeres, con un crecimiento de más de un 6%.

¿La razón? Torres la tiene clara: “esto es porque la agricultura ecológica ofrece estabilidad, rentabilidad, agricultura más atractiva, sostenible, respetuosa



David Torres en el acto de presentación del II Plan. / RF

través de los niños se llega a los padres”, cuenta Torres.

## ■ MITOS Y BULOS

El director general de Desarrollo del Medio Rural subraya que, en estos momentos, existen ciertos mitos que han acabado por convertirse en bulos sobre la producción ecológica. En ese trabajo por promocionar una agricultura más responsable con el medioambiente y saludable, desde la Conselleria se encuentran con dos problemas relacionados con la concepción sobre la rentabilidad y el precio de los productos ecológicos.

Sobre el primero de estos conflictos Torres indica que “la tecnología en producción ecológica ha ido evolucionando enormemente” y que muchos jóvenes recién incorporados al sector vienen “muy formados”, cumpliendo, especialmente, los ingenieros agrónomos, “un trabajo excepcional”. Además, asegura que desde la UE se están prohibiendo cada vez más productos químicos empleados en la agricultura convencional, por lo que “la diferencia en rentabilidad es cada vez menos visible y ya se puede equiparar en el corto plazo”.

El otro mito estaría relacionado con los precios: los consumidores saben que comprar un producto ecológico va a costar más caro que uno convencional, aunque el producto ecológico debería ser asequible para todos los bolsillos. Según Torres, “muchas veces el coste de la sostenibilidad también tiene un precio añadido y ahí es donde reside la parte del bulo, porque la agricultura ecológica también lleva asociados valores de proximidad”. Asegura que conseguir que los consumidores compren productos de cercanía con menos intermediarios -haciendo referencia a las grandes distribuidoras que encarecen el producto y hacen que al final el agricultor no perciba casi beneficio pero que salga más barato para el comprador, solucionaría este problema y así, el precio sería normal para el consumidor y justo para el productor. “La clave está en reducir no la cadena de valor, sino la de distribución para que los precios sean justos para las dos partes”, concluye.

Probablemente sea este el camino más largo de recorrer. Queda mucho trabajo por hacer y proyectos como el II Plan de Transición Agroecológica ponen un granito de arena en un contexto donde cada vez más comunidades autónomas y países afrontan juntos un problema global como es la crisis climática o la alimentación saludable en un marco de búsqueda de la sostenibilidad.

VICENTE PUCHOL / Gerente de EDYPRO BIOTECNOLOGÍA

# “EDYPRO contribuye al desarrollo de una agricultura sostenible con el medioambiente y perdurable para las generaciones venideras”

*Esta empresa valenciana desarrolla desde hace 25 años soluciones de biotecnología orientadas a la mejora de la producción agrícola. Vicente Puchol, gerente de EDYPRO BIOTECNOLOGÍA, explica en esta entrevista las claves de la compañía en el ámbito de la sostenibilidad pensando en el “desarrollo de una agricultura sostenible con el medioambiente y perdurable para las generaciones venideras”, todo ello trabajando desde primera línea, “pisando la tierra”, y esperando resultados con el agricultor.*

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿A qué se dedica EDYPRO? ¿Ha habido algún cambio importante en sus líneas de trabajo en estos 25 años que ahora celebran?

**Vicente Puchol.** EDYPRO se dedica a la mejora de la producción agrícola mediante uso de fertilizantes biotecnológicos que investiga, desarrolla y fabrica desde 1996.

Nuestro objetivo es la búsqueda de soluciones de alto rendimiento agronómico que sean respetuosas con el medioambiente, que respeten la sanidad de la fruta y que mejoren la salud humana a través de la alimentación.

Para ello, desde nuestros inicios, investigamos y desarrollamos soluciones que activan los genes productivos y los sistemas naturales de autodefensa de las plantas y como resultado se consigue maximizar la producción y la calidad de los cultivos.

**VF.** ¿En qué medida colabora EDYPRO con el objetivo de una agricultura sostenible?

**VP.** EDYPRO, como compañía sostenible, trabaja respetando el medioambiente y la calidad de la producción agrícola. Los fertilizantes biotecnológicos se elaboran a partir de elementos naturales, basados en extractos vegetales y minerales puros, que evitan la pérdida de nutrientes y aportan los minerales esenciales para el óptimo desarrollo del cultivo. La aplicación de estas dinámicas biotecnológicas, junto a la estimulación de los genes, consigue aumentar las autodefensas de la planta, reduciendo la sensibilidad a enfermedades y plagas. Lo que, a su vez, com-



Vicente Puchol trabajando codo con codo con agricultores y técnicos a pie de campo. /EDYPRO

porta una menor necesidad en uso de productos fitosanitarios. De este modo se contribuye al desarrollo de una agricultura sostenible con el medioambiente y perdurable para las generaciones venideras.

**VF.** Por su experiencia, ¿hacia dónde esperan que evolucione la agricultura a medio plazo?

**VP.** Consideramos que vamos hacia una agricultura sin residuos, donde la calidad se convierta en un factor imprescindible. Cuando el ser humano ha alcanzado cierto poder adquisitivo, además de comer, quiere disfrutar comiendo y cuidar su salud, que va a depender de lo que comamos.

Cada vez hay más concienciación sobre la necesidad de

**“Nuestro objetivo es la búsqueda de soluciones de alto rendimiento agronómico que sean respetuosas con el medioambiente, que respeten la sanidad de la fruta y que mejoren la salud humana a través de la alimentación”**

comer sano. Para ello, los alimentos tienen que salir del campo con una agricultura con menos fitosanitarios y que apueste por unos productos gourmet.

**VF.** ¿Qué destacaría como diferenciador de sus productos?

**VP.** Nuestras soluciones biotecnológicas ofrecen resultados tangibles y quienes las aplican saben que, además, están bien

asesorados y no nos limitamos solo a querer vender. Tenemos muy claro que nuestro éxito pasa por el éxito y la satisfacción de nuestros clientes y ellos lo perciben.

**VF.** ¿En qué línea va a evolucionar la biotecnología aplicada a la agricultura?

**VP.** La biotecnología en el campo de la agricultura va a ser capaz de lograr mucha más

expresión genética del genoma de las plantas y hacer que estas se expresen al máximo. Lograremos que las plantas den mucho más de sí y que el resultado sea unos frutos donde las células que forman la materia plástica tengan un alto nivel de autodefensa en el sistema inmune para evitar plagas y enfermedades.

**VF.** ¿Cuál es el argumento definitivo para introducir productos EDYPRO?

**VP.** Nuestro trabajo de investigación y desarrollo de nuestros productos biotecnológicos nos muestran que sus resultados son excelentes y cuando vemos sus resultados en campo, confirmamos los beneficios de su aplicación. Pero creemos que tan importante como la calidad del tratamiento es el acompañamiento al agricultor, recorrer con él el camino hacia un cultivo exitoso.

Por eso nos gusta pisar la tierra, escuchar a quienes la trabajan, a los distribuidores y a los técnicos que la visitan. Saber qué pasa y cómo se respira en cada etapa del cultivo. Así podemos trabajar en primera línea para saber qué problemas tiene el campo, qué dificultades están pudiendo afectar, qué síntomas presenta y ofrecer la mejor solución. Vamos al origen del problema y así podemos explicar qué ocurre y que soluciones biotecnológicas podemos aplicar.

De este modo también explicamos in situ cómo funciona el producto, cuál es la aplicación idónea y cómo debe ir evolucionando la planta. Diseñamos junto al agricultor y su técnico el plan de tratamiento, compartimos sus inquietudes y esperamos con anhelo sus buenos resultados.

**VF.** ¿Por qué es EDYPRO una empresa sostenible?

**VP.** En EDYPRO estamos firmemente comprometidos con el respeto al medioambiente. Una de las grandes premisas de la compañía es cuidar la tierra y el planeta para que las futuras generaciones puedan disfrutarlo y vivir en él.

De hecho, somos una de las primeras empresas que empezamos en el 2004, con Coupé Regeneración Plus, a recuperar la microfauna del suelo (los microorganismos eficaces).

Esta convicción se materializa en el día a día de nuestra compañía, tanto en el funcionamiento de la fábrica y las oficinas, como en nuestra investigación y en los productos que desarrollamos y cómo interactúan en los cultivos, en el entorno y en la vida de los consumidores.

25  
Años

EDYPRO

biotecnología

Innovación para la agricultura del futuro

[www.edypro-online.com](http://www.edypro-online.com) / [info@edypro-online.com](mailto:info@edypro-online.com)



961 496 085



EDYPRObiotec

JORDI VALLS / Director general de Mercabarna

# “Mercabarna-Gates quiere impulsar un modelo de unidad alimentaria más sostenible”

► OSCAR ORTEGA. BARCELONA. Jordi Valls, director general de Mercabarna, afirma que su objetivo “es convertir Mercabarna en una referencia europea en el ámbito de la logística alimentaria, que evolucione hacia un sistema logístico digital, sostenible y de calidad”, y añade que piensan conseguir dicho objetivo “a través del Mercabarna-Gates. Un proyecto que sigue la filosofía de cooperación público-privada entre la entidad Mercabarna y las diferentes empresas del recinto, que tantos éxitos ha comportado a lo largo de los más de 50 años de historia de esta unidad alimentaria”.

Mercabarna Gates se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030 y se vertebrará alrededor de cuatro ejes: resiliencia, digitalización, sostenibilidad/salud, y seguridad alimentaria; todos con la misma importancia y poniendo el foco en aspectos como las energías verdes, la economía circular, la salud y la seguridad alimentaria.

Una de las iniciativas es el Centro de Aprovechamiento Alimentario (CAA) o Foodback, que entrará en funcionamiento a principios de 2022, un nuevo proyecto de bioeconomía circular para minimizar el desperdicio alimentario y aumentar el reciclaje de residuos que generan las empresas ubicadas en esta unidad alimentaria. Hay que recordar que la tasa de reciclaje en Mercabarna es muy alta, exactamente el 76%. Valls reivindica que “aún con estos datos, debemos pasar de una infraestructura verde a una de bioeconomía circular, el salto tecnológico es evidente y el camino de esta transición debe estar bien ejecutado”.

## ■ DIGITALIZACIÓN

Mercabarna también está inmersa en otro proyecto para incrementar la digitalización de los accesos de la unidad alimentaria que permita, a través de Big Data, conocer, por ejemplo, cuáles son los hábitos de los usuarios dentro del recinto desde el punto de vista logístico, información que ayudará a la vez a mejorar la cadena de distribución, la movilidad interna y la de la ciudad.

## ■ MÁS SOSTENIBLE

La descarbonización con la mejora de la eficiencia energética, la incorporación de placas de energía fotovoltaica en las cubiertas públicas y privadas de los edificios del polígono alimentario para abastecer energéticamente el recinto, la incorporación de más puntos de recarga para vehículos eléctricos, de gas o de hidrógeno, son otras iniciativas en pleno desarrollo de Mercabarna con la idea de avanzar hacia una unidad alimentaria cada día más sostenible.

Jordi Valls describe que “otro de los proyectos importantes en



Jordi Valls, director general de Mercabarna. / MERCABARNA

el que estamos trabajando es el de organizar un sistema de logística capilar de última milla, eficiente, compartida y sostenible, asociada a la compra digital o presencial con el objetivo de reducir la circulación de furgonetas de reparto en Barcelona”.

## ■ GRAN INVERSIÓN

Sobre las diferentes iniciativas el director general de Mercabarna resume que “nuestro objetivo es garantizar el suministro de alimentos saludables y nutritivos a toda la población de nuestro ámbito de influencia, de forma sostenible, con el mínimo impacto posible al entorno natural

“Queremos ser una referencia europea en el ámbito de la logística alimentaria, que evolucione hacia un sistema logístico digital, sostenible y de calidad”

“Debemos pasar de una infraestructura verde a una de bioeconomía circular, el salto tecnológico es evidente y esta transición debe estar bien ejecutada”

“El aumento de superficie permitirá optimizar el ecosistema agroalimentario de Mercabarna y también facilitará potenciar el sector agrologístico”



Fotografía área de la ampliación de Mercabarna con señalización sobreimpresionada de puntos estratégicos. / MERCABARNA

La ampliación no solo solventa una necesidad de espacio, sino que también abre nuevas oportunidades de negocio en Mercabarna

y el máximo aprovechamiento alimentario. Y todo esto promoviendo la competitividad de los agentes económicos que intervienen en el proceso”.

Para el desarrollo e implantación de estos proyectos Mercabarna tiene prevista una inversión de unos 200 millones de euros para los próximos años que incluyen los 70 millones de euros de la compra de los terrenos que permitirán ampliar en 17 hectáreas la superficie de la unidad alimentaria.

## ■ AMPLIACIÓN

El 25 de octubre pasado Mercabarna firmó con el Consorcio de la Zona Franca de Barcelona, propietario de los terrenos, las condiciones para la compra-venta de la parcela 22AL, de 173.194 metros cuadrados adjunta al mercado, con la que Mercabarna incrementará un 22% su superficie.

“Este aumento de superficie permitirá optimizar el ecosistema agroalimentario de Mercabarna, mediante el crecimiento de empresas del polígono alimentario que se han hecho más grandes y necesitan más espacio para modernizarse, incorporando nuevas compañías que aporten innovación tecnológica, así como firmas y actividades que potencien la agricultura y la alimentación sostenible”, apunta Valls.

También permitirá potenciar el sector agrologístico, incorporando empresas que aporten proyectos de multimodalidad en la logística internacional para aumentar la exportación y hacerla más sostenible, así como compañías que trabajen nuevos canales de distribución y sistemas optimizados de última milla.

## ■ NUEVAS OPORTUNIDADES

Jordi Valls explica que “entre las actividades queremos situar en el nuevo espacio destacan compañías que aporten valor añadido al producto fresco; incubadora de sandbox (startups vinculadas a proyectos de la nueva alimentación sostenible, nutrición, hábitos alimenticios saludables), empresas agrologísticas intermodales que aporten valor a la logística de grupaje, compañías de transporte sostenible de última milla, firmas mayoristas que aporten valor añadido a los alimentos Bio y Km0, plataformas de e-commerce de producto fresco que establezcan sinergias con las empresas mayoristas de los mercados centrales, empresas innovadoras del sector de la nueva alimentación y las nuevas fuentes de proteínas vegetales, plataformas de compra sinérgicas de cadenas de distribución locales o regionales o del canal Horeca con estrategia de compra a los mayoristas de Mercabarna...”

La ampliación no solo solventa una necesidad latente de los últimos años de falta de espacio por parte de los operadores actuales de la unidad alimentaria, sino que también abre un abanico de nuevas oportunidades de negocio.

# AENOR lanza la certificación de Producción de Cultivo Sostenible

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Construir un futuro sostenible es uno de los grandes retos a los que se enfrenta la sociedad actual, y es que la sostenibilidad, por definición, es la satisfacción de las necesidades presentes sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones garantizando, además, un equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medioambiente y el bienestar social.

Por su parte, el sector agroalimentario es uno de los que más puede contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, ya que de los 17 objetivos, 13 pueden ser relacionados, directa o indirectamente, con la sostenibilidad alimentaria. Nace así el concepto de agrosostenibilidad, un modelo intermedio entre la agricultura ecológica y la tradicional, cuyo objetivo es poder suministrar alimentos a toda la población de una forma eficiente y sostenible.

En este escenario, la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) ha lanzado un nuevo esquema de certificación de Producción de Cultivo Sostenible con el fin de poner en valor el esfuerzo del sector hortícola en adoptar un modelo sostenible, basándose en prácticas de cultivo que conserven la biodiversidad y el uso de tecnologías más adecuadas para cada fase de producción. Si bien la primera experiencia de certificación se ha desarrollado en cítricos, se espera que nuevos tipos de cultivo se unan a este nuevo concepto.

## ■ REQUISITOS

Para poder obtener certificado AENOR de Producción de Cultivo Sostenible se deben cumplir cinco requisitos que contemplan aspectos ambientales, sociales y económicos en el modelo de producción agraria. De este modo, los fundamentos de este nuevo esquema de certificación para los procesos de cultivo, producción, recolección, y manipulado y envasado de cítricos en fresco se basan en realizar un uso eficiente de los recursos naturales para reducir la presión de la agricultura sobre los mismos; mantener la biodiversidad de la flora y la fauna en el ecosistema de producción; reducir el empleo de insumos nocivos a fin de minimizar su impacto en el medioambiente y, por último, mantener una cubierta vegetal para favorecer la biodiversidad, evitar la erosión del suelo y mejorar su estructura.

Con el objetivo final de una agricultura con el menor impacto posible sobre el medioambiente y la biodiversidad, así como para el consumidor al no presentar ningún tipo de residuo químico en el momento de

recolección, mediante esta certificación se garantiza que los cítricos cumplan con los criterios de agrosostenibilidad definidos y con la trazabilidad a lo largo de la cadena de producción.

Río Tinto Friuts y Arco Fruits son dos empresas cítricas que ya cuentan con el certificado AENOR de Producción de Cultivo Sostenible. “Esta certificación identifica

productos de calidad y responsables y define perfectamente el concepto del producto demandado por el consumidor. Además, nos parecía importante disponer de una certificación que respondiera a la definición de la agroecología tal como lo entiende Europa en su Agenda 2030”, afirma Carlos Morera, director general de Río Tinto Fruits.



De momento, la certificación se ha desarrollado para el sector cítrico. / ARCHIVO



Un abanico de soluciones postcosecha ecológicamente responsables.





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

## OPINIÓN

# Sustentabilidad sostenible...



Por JORGE GARCÍA VAN GEIN (\*)

Primeramente quisiera diferenciar sostenibilidad y sustentabilidad, ya que, a pesar de sonar como palabras similares y referirse al concepto de amigables con el medioambiente, no son lo mismo. La definición inicial más simple para sostenible es aquel proceso de producción que por sí mismo no agota los recursos y se mantiene y puede repetirse en el tiempo, mientras que un proceso sustentable es aquel que involucra a los recursos naturales y la forma de utilizarlos, realizando una explotación sin dañar ni alterar a estos recursos naturales en los procesos de producción.

Dada esta definición básica, intentaré traspasar aquí mi opinión y visión personal de lo que nos depara la nueva normalidad... el nuevo desafío de convivir con estándares de relacionamiento nuevos para abordar la producción, logística y comercio que son diferentes a los tradicionales que hemos vivido antes de la pandemia y ahora concebimos como la "nueva normalidad".

Cuando una persona se refiere a sostenible o sustentable o vocablos parecidos, a los receptores nos pasa algo que yo defino como un "buenismo automático" ya que por el solo hecho de que nuestro interlocutor aborde estos conceptos quien lo menciona pasa a ser percibido como una persona sobre el nivel normal, por mirar más allá de los propios intereses... y estar pensando afuera de uno mismo o más allá de los intereses individuales o empresariales. Y es que, en la sociedad frenética y egoísta que vivimos, cuesta entender cómo puede darse esta generosidad de pensar en los demás, en los que vendrán las próximas generaciones y bueno, eso es una manera de entender otra definición de sustentabilidad, que es dejar el planeta y sus recursos naturales al menos igual o idealmente mejor de como lo hemos abordado.

El plan de concienciación y toma de acciones para intentar no alterar el planeta e intentar al menos dejarlo igual y no peor es evidente, lo respiramos por todas partes. Paneles solares y aerogeneradores, automóviles híbridos o eléctricos, por cierto cada vez con más autonomía y con precios tan altos como su performance que es sin duda un lujo, pero que por su alto precio es difícil pensar en la masificación, sin considerar las alzas en el precio de la electricidad.

Pero desde el mundo agrícola, lo que no miramos ni promovimos, y en especial en fruticultura no exhibimos, es el inmenso captador de CO2 que resulta ser un huerto frutal, un árbol, ya sea de cítricos, pomáceas o fruta de hueso, incluso aguacates o frutales menores, todos ellos son en esencia unas excelentes herramientas para captar CO2 ambiental. Desde el mundo de las ciencias, se ha descrito que el 20% del carbón total del planeta está retenido en la biomasa vegetal. Incluso algún autor ha descrito que la fertilización podría determinar un aumento en la captura del CO2 por el aumen-



"Queda mucho por hacer; por mejorar; por mostrar; por afianzar a consumidores y traerlos de vuelta a la vida rural, a la fruticultura, a lo simple". / ARCHIVO

to del crecimiento vegetativo en las plantas.

Luego, si analizamos la producción de fruta, y en particular la síntesis de azúcares o almidones a partir del CO2 ambiental, el huerto frutal puede ser entendido y concebido de otra forma. Aproximadamente 4 kilos de fruta, estimando un 25% de materia seca, resultan equivalentes a un kilo de CO2 capturado por el tejido vegetal. Por tanto, 40.000 kilos de fruta podrían aproximadamente representar 10 toneladas de CO2 de captación o secuestro desde la atmósfera, que luego evidentemente siguen un ciclo, y parte de ello queda retenido y otra se libera. Además, se estima que un quinto del CO2 contenido en la materia seca del tejido vegetal, que es entre un 45 a 50% de su peso, es fijado e incorporado al suelo permanentemente.

Todos estos datos son muy alentadores, pero pareciera que esta ecuación no cuenta, solo la captación de CO2 de los bosques y parajes naturales por la vía de generación de biomasa es la captación de CO2 valorada y aplaudida. Es difícil entender esta dicotomía ya que, al final del día, un huerto que produce fruta, 20 a 40 toneladas de fruta por hectárea cada año, sin incluir la biomasa, y solo por producción de fruta está captando anualmente muchas toneladas de CO2.

Poco juego de piernas tiene el mundo agrícola para explicar a los consumidores respecto de esta dura circunstancia que además deja a productores y mundo agrícola como el poco afortunado gestor y en vez de ser el proveedor a quien agradecer, por darnos muchas veces el alimento necesario, natural, sin contaminaciones y sin afecciones de hongos o bacterias, el mundo agrícola es equivocadamente concebido en algunos círculos sociales como el envenenador e impulsor de la mala alimentación que se ha modelado en nuestra sociedad.

**"El plan de concienciación y toma de acciones para intentar no alterar el planeta e intentar al menos dejarlo igual y no peor es evidente, lo respiramos por todas partes"**

**"Desde el mundo agrícola, lo que no miramos ni promovimos, y en especial en fruticultura no exhibimos, es el inmenso captador de CO2 que resulta ser un huerto frutal, un árbol..."**

**"Debemos ahora más que nunca acercarnos a los consumidores y mostrarnos, exhibir lo que hay detrás de cada góndola de supermercado, contar todas las historias"**

Dispuesto este escenario, nos caben muchas acciones y tareas pendientes que debemos abordar, explicar, mostrar. Hasta ahora, ha sido muy difícil conectar con los consumidores, informar y valorizar al agro como se merece, no nos hagamos trampas al solitario. En estos días, recién se termina la reunión de Glasgow, con interesantes miradas, compromisos de reducción de emisiones adoptados por líderes y grandes medidas para apoyar y mitigar el calentamiento global. La agricultura juega y seguirá jugando un rol esencial, en la fábrica de alimentos para la humanidad y seguiremos produciendo y además con la enorme responsabilidad de hacerlos en cada ciclo productivo, más sabrosos, siempre sanos y saludables y además visualmente atractivos.

Debemos seguir abriendo y mostrando el mundo agrícola a los consumidores urbanos, sin temores ni dudas y mostrar lo que significa producir alimentos, todas sus etapas, todos los procesos y clarificar siempre

la visión y el motivo por el cual se hacen las cosas. Me viene a la memoria algún mal reportaje insidioso y malintencionado, de esos que malinterpretan intencionadamente el figurín de los agricultores envenenadores e inescrupulosos. Esto debemos trabajar en abordar y producir un cambio dramáticamente, no hay ninguna duda de ello. Debemos ahora más que nunca acercarnos a los consumidores y mostrarnos, exhibir lo que hay detrás de cada góndola de supermercado, contar todas las historias. Años atrás los productores viajaban a ver la fruta a sus mercados de destino, eso era sagrado, pero ha ido cambiando, se ha ido desconectando, descarrilando el nexo de vender fruta, de vender alimentos vivos y sanos, naturales. Es muy necesario en estos días volver a reconectar esos vasos comunicantes, y llegar a reconectar las confianzas hasta los consumidores; sobre todo los más jóvenes, con todo el esfuerzo que esto conlleva, por los eslabones que conocemos

y que componen la cadena de abastecimiento.

Afortunadamente queda mucho por hacer, por mejorar, por mostrar, por afianzar a consumidores y traerlos de vuelta a la vida rural, a la fruticultura, a lo simple. Es nuestro deber y tarea de todos los participantes de la cadena de abastecimiento el trabajo de acercar a la sociedad consumidora el mundo rural, con todos los significativos aportes en temas energéticos, con orgullo, en circularidad constante de subproductos (fertilizantes y abonos como ejemplo) ciclos cada vez más eficientes del uso del agua, tecnificación de sistemas de riego, concienciar a la sociedad del valor de la agricultura, en especial al mundo urbano, de la importancia y necesidad como medio esencial de la sobrevivencia humana, que muchas veces se degrada, se mercantiliza, se intenta interferir como una oportunidad comercial adicional, cuando es un bien necesario, poder abastecer la mesa de la humanidad, en todos sus sentidos.

Más que nunca en el agro debemos ponernos a contar nuestras historias, conectar el mundo rural con la ciudad, contar a los consumidores la historia completa y no sesgada de lo que representamos como industria. Desde el agro debemos valorizar nuestra actividad al nivel que corresponde, no esperamos que otros lo vayan a hacer. Por último, además de ser una actividad esencial y necesaria, por generar los alimentos, se viene desarrollando de manera milenaria, repetidas veces, en el mismo suelo, con las mismas culturas, eso es el medio rural, es sustentable, ya que de otra forma no estaríamos aquí.

La agricultura es sostenible, la agricultura es sustentable, debemos divulgarlo a los cuatro vientos.

(\*) Ingeniero agrónomo (CHI)

# Venta al por menor más sostenible gracias a la tecnología

En el evento Trend Builders se presentaron soluciones innovadoras para ayudar al sector a disminuir los errores en la gestión de las tiendas

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Los días 3 y 4 de noviembre se celebró en Barcelona el congreso Trend Builders, un evento en el que se presentaron a las empresas del comercio minorista alimentario soluciones innovadoras para ayudar al sector a ser más eficiente y sostenible a través de la tecnología.

La Asociación de Empresas de Gran Consumo (AECOC) y TRIVU, que se autodefine como “el mayor ecosistema global de talento joven del mundo”, han sido las encargadas de organizar el evento, al que han asistido startups y algunas de las empresas líderes del retail como Deloitte y Auchan Retail.

**La distribución alimentaria sufre pérdidas en sus ingresos del 4,1% por precios incorrectos o estantes vacíos**

José María Bonmatí, director general de AECOC, hizo alusión en su discurso a la importancia de la innovación y su capacidad de “generar valor y transformar negocios en un entorno de incertidumbre, volatilidad y cambio acelerado”. Asimismo, también juegan aquí un papel relevante los Fondos Europeos de Recuperación para financiar los proyectos innovadores “con capacidad real de transformación”, según Bonmatí.

Desde Deloitte Digital afirman que la distribución alimentaria sufre pérdidas en sus ingresos de un 4,1% por errores en la gestión de las tiendas como precios incorrectos o estantes vacíos. Problemas que tienen solución gracias a soluciones tecnológicas como Trax Retail, una tecnología empleada por Deloitte y por Auchan Retail Portugal y que utiliza el reconocimiento de imagen, la inteligencia artificial y el Big Data para evitar estos errores.

El director de Auchan Portugal, André Vieira, afirma que, gracias a la monitorización de los artículos, las anomalías en los precios han bajado casi un 60%, mientras que se han ahorrado casi 200 horas de trabajo manual mensual al corregir los problemas en los lineales.

## ■ AUTOMATIZACIÓN

Otras empresas también tuvieron la oportunidad de presentar sus experiencias a la hora de hacer su trabajo más eficiente a través de las tecnologías. Es el caso de las tiendas autónomas, aquellas que no cuentan con personal, y que, según Juan Miguel de Haro, cofundador

de la empresa especializada en este tipo de establecimientos Ghop, ha experimentado un crecimiento del 50% aproximadamente en los últimos años.

Ignacio Moreno, director de Deloitte, afirma que, como consecuencia de la progresiva implementación de innovaciones tecnológicas en las empresas, la tendencia es

que las tareas de menor valor se “automaticen”, aunque seguirá habiendo “trabajadores de confianza capaces de dar una gran atención personalizada a los compradores”.



Un trabajador revisa la calidad del producto. / ARCHIVO

**intermas**<sup>®</sup>  
netting your future

## ¿SABÍAS QUE ...

nuestros embalajes monomateriales son 100% sostenibles?



Malla y banda BIO



Malla y banda PE



Fabricados con  
**BIOPOLÍMEROS**  
**100% Compostables**



Fabricados con  
**POLIETILENO**  
**100% Reciclables**

Intermas, tus soluciones de Packaging sostenibles  
Más información:



[www.intermas-packaging.com](http://www.intermas-packaging.com)



[packaging@intermasgroup.com](mailto:packaging@intermasgroup.com)





Cataluña, Andalucía y Murcia son las comunidades con mayor peso en la producción integrada. / ARCHIVO

# Hacia la producción integrada, una alternativa sostenible

En España son ya diez las comunidades que poseen un sello de certificación de producción integrada

► ELISA BENAVENT. REDACCIÓN.

Una mariquita roja rodeada de un círculo verde. Si aparece un dibujo así en los productos de los estantes de supermercados o tiendas de frutas y verduras, entonces es que ese producto ha sido elaborado a partir de las normas de la producción integrada en Cataluña.

Este sello es característico de un tipo de agricultura a medio camino entre la convencional y la ecológica y que, con el tiempo, se ha ido adaptando a las nuevas necesidades tanto de los agricultores como de los consumidores. Desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) definen la producción integrada como un “sistema agrícola de obtención de vegetales que utiliza al máximo los recursos y mecanismos de producción naturales y asegura a largo plazo una agricultura sostenible, introduciendo métodos biológicos y químicos de control y otras técnicas que compatibilicen las exigencias de la sociedad, la protección del medioambiente y la productividad agrícola”.

Esta alternativa a la agricultura convencional presenta numerosos beneficios tanto para el medioambiente como para el agricultor y el consumidor. Al optimizarse el uso del medio productivo y recursos naturales (suelo, agua...) y al reducirse el uso de fertilizantes y fitosanitarios, se consigue mantener la biodiversidad y conservar el medioambiente.

Asimismo, se reduce la erosión en el suelo y se mejora la fertilidad, además de que se protege y fomenta la flora y fauna autóctona. Para los agricultores y ganaderos, esto supone un incremento en el valor añadido de los productos agrícolas y una mejora en la rentabilidad de las explotaciones al reducir los costes. Por su parte, el consumidor obtiene productos con garantía de alta calidad, con un bajo contenido en plaguicidas y respetuosos con el medioambiente.

En el ámbito nacional, la producción integrada viene regulada por el Real Decreto 1201/2002, a partir del cual se regulan las normas de producción y requisitos generales que deben cumplir los operadores que se acojan



La producción integrada como alternativa a la convencional presenta numerosos beneficios. / ARCHIVO

**“El consumidor obtiene productos con garantía de alta calidad, con un bajo contenido en plaguicidas y respetuosos con el medioambiente”**

a este tipo de producción, así como también la identificación de garantía para diferenciar los productos ante el consumidor. Actualmente, existen hasta 10 sellos diferentes según las comunidades autónomas, siendo las más importantes las de Cataluña, Andalucía o Murcia.

Los últimos datos recogidos en 2015 posicionaban a Andalucía como la región con mayor superficie de producción integrada, con 554.389 hectáreas, seguida de Extremadura con 119.328 ha.

■ CATALUÑA

‘La marieta’ es la traducción de mariquita al catalán y el nombre con el que designan al logotipo que identifica los alimentos de producción integrada en Cataluña.

El sello es de uso exclusivo para los productores dados de alta en el registro del Consejo Catalán de Producción Integrada y solo se puede utilizar sobre productos recolectados, no en productos transformados que se deriven de ellos.

Desde la página web del Consejo Catalán de Producción Integrada aseguran que contribuyen en esa búsqueda de la sostenibilidad a través de cinco reglas básicas:

— Favorecer la biodiversidad en el campo: Medidas como la instalación de refugios para aves o insectos, el mantenimiento de la cubierta vegetal del sol, el uso de plantas con flores o el establecimiento de zonas de compensación ecológica son necesarias para los productores catalanes a la hora de fomentar la biodi-

versidad y procurar que haya una gran cantidad de fauna útil, como la mariquita, y que ayude contra las plagas.

— Garantizar la trazabilidad: A través de un análisis y estudio de las parcelas y los productos obtenidos son conocedores de las “actuaciones que se han hecho en cada plantación: desde la fertilización hasta el riego, pasando por los métodos utilizados para tratar las plagas”.

— Priorizar los métodos de lucha biológica: La monitorización de las plantaciones resulta imprescindible a la hora de “realizar un correcto control de plagas”. Además, ingenieros técnicos o agrícolas determinan los métodos alternativos a la “lucha química” que se tengan que aplicar, dando como resultado que más del 60% de sus explotaciones empleen métodos biológicos para el control de plagas.

— Minimizar el consumo de agua: En el actual contexto de preservación del medioambiente, se hace necesario gestionar correctamente el agua y controlar la correcta distribución e

**Hay un incremento en el valor añadido de los productos agrícolas y una mejora en la rentabilidad**

idoneidad de los medios que se hacen servir con la finalidad de minimizar el consumo de este bien escaso.

— Certificación oficial garantizada: El Estudio Nacional de Acreditación (ENAC) es el encargado de certificar las más de 40.000 hectáreas de plantaciones de producción integrada en Cataluña y el Consejo Catalán de Producción Integrada contrata las entidades de control y certificación para garantizar el cumplimiento de la normativa.

■ ANDALUCÍA

Los datos presentados por la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible sobre la superficie de producción integrada en Andalucía durante el año 2020 indican que, en total, fueron 519.400 las hectáreas dedicadas a este tipo de agricultura, siendo la provincia de Sevilla la que se sitúa en la primera posición con 192.774 ha, seguida de Jaén, Granada y Córdoba.

Por otra parte, según Asaja Sevilla, la Consejería de Agricultura de Andalucía ha desarrollado ya más de 24 reglamentos específicos de Producción Integrada para los cultivos de ajo, alfalfa, algodón, almendro, arándano, arroz, cereales de invierno, cítricos, espárrago verde, flor cortada, frambuesa y mora, fresa, así como otros como frutos de hueso, frutales de pepita, hortalizas, lechuga, leguminosas, olivar, oleaginosas, patata, remolacha, tomate industrial, vid y zanahoria.

El olivar y el arroz resultan ser los cultivos con mayor superficie dedicada a esta producción alternativa en Andalucía, con 393.183 ha (el 74,6% del total) y 34.969 ha respectivamente. Igualmente, los cultivos hortícolas protegidos en producción integrada cuentan con 5.024 productores en Andalucía.

LAIA TORREGROSA / Responsable del departamento de I+D+i de Ilerfred

# “Las centrales hortofrutícolas tienen que ser cada vez más sostenibles y eficientes”

► OSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Más que una tendencia es ya una realidad. Las empresas aplican políticas de sostenibilidad que se traducen en planes y proyectos concretos que aglutinan diferentes acciones. De ello son conocedores los responsables de Industrial Leridana del Frio SL, con nombre comercial Ilerfred. Laia Torregrosa, responsable del departamento de I+D+i de esta firma, comenta que “las instalaciones de las centrales hortofrutícolas tienen que ser cada vez más sostenibles y eficientes y, en este sentido, deben de diseñarse con gases refrigerantes menos perjudiciales para la atmósfera y llevarlas a cabo con refrigerantes naturales y, por otro lado, los elementos eléctricos deben ser más eficientes”.

## ■ EFICIENCIA ENERGÉTICA

En este marco de eficiencia Torregrosa afirma que “la misión principal de Ilerfred es realizar proyectos adecuados a las necesidades particulares de cada cliente primando siempre la eficiencia energética”. Un ejem-



Laia Torregrosa, en la última edición de Fruit Attraction. / OSCAR ORTEGA

plo de ello son las soluciones de enfriamiento rápido de frutas y hortalizas que aportan un ahorro energético a las centrales hortofrutícolas gracias a la reducción del tiempo necesario para enfriar.

Otro ejemplo, describe la responsable de I+D+i de Ilerfred, es que en esta compañía “prio-

rizamos el uso, siempre que sea viable técnica y económicamente, del amoníaco R-717, agua con glicol y CO2 (R-744) transcrito y subcrítico. Ahora bien, para aquellas necesidades concretas donde por viabilidad económica la solución con gases refrigerantes sea la más adecuada, se incide en el uso de gases refrigerantes

“La tecnología del frío y de atmósfera es fundamental en las centrales hortofrutícolas”

“Nuestro mayor objetivo es velar por ofrecer un servicio global, cercano y rápido”

con un bajo PCA a fin de reducir la huella de carbono”.

## ■ REFRIGERACIÓN

En función del tipo de producto que se requiere refrigerar se ofrecen diferentes soluciones. Una, el hydrocooling, sistema de enfriamiento rápido por ducha de agua fría y, otra, los túneles de aire forzado con lonas fijas o móviles, que consiste en forzar el paso del aire frío a través del

producto. Sobre el hydrocooling Laia Torregrosa define que “el hidros enfriamiento, más comúnmente conocido como hydrocooling, es considerado la técnica de preenfriamiento más rápida. Con el término hydrocooling se engloban los distintos sistemas de refrigeración en los que el agua es el medio encargado de realizar la disipación de calor por convección forzada a través de una película de agua que rodea y cubre la superficie del producto”. Y sobre los túneles de aire forzado con lonas fijas o móviles analiza que “el enfriamiento por aire forzado consiste en crear unos gradientes de presión dentro de la cámara mediante un extractor, forzando que el aire frío fluya rápidamente a través de los envases, mejorando su distribución y aumentando la velocidad de enfriamiento del producto”.

## ■ SERVICIO GLOBAL

Con 35 años de experiencia en el sector de la refrigeración industrial y la atmósfera controlada, juntamente con la creación del departamento de I+D+i, se ha sumado un bagaje profesional que ha permitido a Ilerfred diferenciarse y, así, dar respuesta a cualquier inquietud de nuestros clientes ya sea respecto a la instalación o al producto. Así y en palabras de Laia Torregrosa, “nuestro mayor objetivo es velar por ofrecer un servicio global, cercano y rápido durante el desarrollo e implementación del proyecto y realizar un acompañamiento a nuestros clientes durante todo el proceso de las instalaciones frigoríficas y de atmósfera controlada”.

## NO SE RETRASE, LAS IMPORTACIONES AL REINO UNIDO ESTÁN CAMBIANDO

Si importa productos frescos en el Reino Unido, debe saber que la posibilidad de aplazamiento de las declaraciones de importación y los aranceles llegará a su fin el próximo 01/01/2021. También comenzará la aplicación de los controles Sanitarios y Fitosanitarios (SPS), que será gradual durante el primer semestre del año. A partir del próximo día 01/01/2022 necesitará por tanto asegurarse de que dispone de toda la documentación de importación correcta en el momento del cruce de la frontera, con el objetivo de que las mercancías puedan llegar a su destino.

Esto va a suponer un nuevo reto de coordinación entre todos los actores implicados en su cadena logística.

Nuestro experimentado equipo está preparado para estar a su lado en esta labor, ayudándole en todo lo necesario para mantener su cadena de suministro en marcha. Para ello, disponemos de una amplia infraestructura humana y técnica:

- Equipos de atención al cliente dedicados
- Servicio de despacho aduanero en todas las Aduanas del Reino Unido.
- Servicio de Atención a otros organismos en frontera para productos SPS: Defra- PEACH / IPAFFS
- Certificado como Operador Económico Autorizado, siendo empresa de confianza de la Aduana Británica y Europea.
- Cuenta de aplazamiento de derechos de HMRC
- Garantía de Tránsito Comunitario

Contacte con nuestro equipo, explíquenos sus necesidades, y le ayudaremos a prepararse para esta nueva fase del BREXIT.

**Portico Customs: Apoyo al sector español de los productos frescos**

 [porticoshipping.com/aduana-de-espana](http://porticoshipping.com/aduana-de-espana)

PORTICO

# Transformación digital: la clave para que las empresas hortofrutícolas se adapten a procesos más sostenibles

## ► ARTERO CONSULTORES.

Cada vez más, y sobre todo a raíz de la pandemia que hemos vivido, las empresas han tenido que ir dando paso a la era digital. Paulatinamente, cada vez son más los negocios que apuestan por digitalizar sus procesos, sea cual sea su sector. Y el sector hortofrutícola no se queda atrás. En empresas como Artero Consultores apostamos por la transformación digital de este tipo de empresa, mejorando la eficiencia y la sostenibilidad, evitando el derroche innecesario de recursos físicos.

## ■ ¿EN QUÉ CONSISTE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

La transformación digital consiste en adaptar los procesos de un negocio al entorno digital. De esta manera, todos los procesos, productos y activos estarán encañados hacia un entorno más actualizado y automatizado. En definitiva, se trata de integrar la tecnología de la que disponemos en todas las áreas de una empresa. Por ejemplo, podemos:

- Crear archivos automáticamente en la nube, evitando la compra de discos duros o la impresión en papel.
- Acceder a la información desde cualquier dispositivo y desde cualquier lugar, evitando



El sector hortofrutícola no se queda atrás para digitalizar procesos. / ARCHIVO

desplazamientos y derroche de recursos.

- Automatizar los procesos como la conciliación bancaria, control de stock, etc.

- Coordinar al equipo sin necesidad de imprimir material ni reunir al equipo.

Estas son algunas de las muchas ventajas que la transformación digital puede aportar a la sostenibilidad de una empresa del sector agroalimentario.

## ■ DIGITALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD: CONVIÉRTELAS EN GRANDES ALIADAS

Además de todos los costes, ingresos y la mejora en la productividad, una correcta trans-

formación digital debe ir de la mano de la sostenibilidad. Pese a que el mundo digital permite crear unos procesos mucho más eficientes, estos deben ser también respetuosos con el medioambiente.

Por ejemplo:

- Todo lo que no sea necesario imprimir, es mejor que se quede en la nube.

- Debemos elegir proveedores que sean respetuosos con la naturaleza.

- Evitemos los usos de plásticos y de productos de un solo uso.

- Toda la plantilla debe evitar el derroche (aunque sea digital) de recursos y de tiempo, la conexión a Internet tiene su huella de carbono.

Estas son algunas de las ideas, pero para dar el paso hacia la transformación digital, debemos analizar nuestra empresa y conocer cuáles son nuestras necesidades y cuáles no.

## ■ DAR EL PASO HACIA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL: ¿POR DÓNDE EMPIEZO?

Lo primero que debemos hacer es cambiar la mentalidad en nuestro negocio. No se trata únicamente de ser más digitales, sino buscar en todas y cada una de nuestras acciones cómo podemos ser más eficientes. Así, todas las áreas de la empresa estarán conectadas y digitalizadas.

Por tanto, no solamente tenemos que concienciar a la dirección, sino a todos nuestros empleados, mandos intermedios e incluso a los clientes y proveedores. Y es que gracias a ella conseguimos:

- Mejorar nuestros procesos.
- Ofrecer una mejor experiencia al cliente.
- Estrechar vínculos más directos con nuestros proveedores.
- Mantener a todo el equipo en armonía e informado.
- Gestionar automáticamente aspectos como el stock, movimientos bancarios, vacaciones...

Y para ello, la mejor forma de dar el paso hacia la era digital

es con un software que englobe todos los procesos en uno solo: SAP Fruit One.

## ■ SAP FRUIT ONE: ¿EN QUÉ CONSISTE?

Esta es una versión que desde Artero Consultores hemos desarrollado en base al ERP SAP Business One y pensado especialmente para el sector hortofrutícola.

Esta solución ofrece múltiples funcionalidades y automatismos específicos del sector que aportan una visión completa de todo el ciclo de vida del producto, desde el campo hasta el cliente final.

Existen diferentes versiones de la solución en función de la tipología de cada empresa (almacén de confección, cooperativas de primer y segundo grado, comercializadora o trader, cadena de fruterías). Además, da respuesta a los principales subsectores (cítricos, fruta de hueso y de pepita, almazaras, frutos secos etc.) de las diferentes zonas geográficas del país. Sus funciones son:

- Centralizar todos los procesos en una única herramienta.

- Capturar los datos del almacén de forma ágil y sencilla.

- Calcular los costes y controlar los rendimientos de la actividad.

- Analizar la información de forma dinámica y monitorizar el almacén.

- Automatizar las operaciones entre sociedades.

- Digitalizar la información y reducir los tiempos de trabajo.

Además, recientemente hemos añadido una nueva funcionalidad y es que gracias a Fruit One podrás llevar a cabo la conciliación bancaria de manera automática con SAP Business One Treasury.

Se puede ampliar información a través de [info@arteroconsultores.com](mailto:info@arteroconsultores.com).

## OPINIÓN

# Agroindustria de precisión

Alineada con los ODS, se va implantando cada día con más fuerza la llamada "agricultura de precisión". La pretensión es mejorar la utilización de los recursos naturales y, al mismo tiempo, incrementar la producción de alimentos, en la cantidad exactamente necesaria, y rebajando el desperdicio e incrementando el respeto por el medioambiente. La búsqueda de la sostenibilidad, en definitiva.

Sin embargo, debemos entender que poner a disposición del consumidor los alimentos, comporta otras actuaciones necesarias, como son el transporte y la confección y acondicionamiento de los alimentos en las centrales hortofrutícolas.

Efectivamente, la "agricultura de precisión" es muy necesaria, y posiblemente deberíamos estar hablando, de igual modo, sobre el resto de la cadena, en lo que podríamos llamar "agroindustria de precisión", englobando así todo el proceso productivo.



El concepto agroindustria de precisión engloba todo el proceso productivo. / ARCHIVO

Los grandes avances en digitalización han hecho posible el desarrollo de la "agricultura de precisión", por tanto, parecería lógico poner la digitalización también al alcance del resto de la cadena de suministro de alimentos.

En los últimos tiempos, el sector agrícola español está encontrando mucha competencia en los mercados, la mayoría de

veces de competidores que no cumplen con las normativas europeas, hoy mismo vemos nuevos lotes turcos interceptados en las fronteras de la UE por residuos no permitidos, o en materia de derechos humanos. Todo ello desemboca en costes menores y, en consecuencia, en precios menores.

Puesto que sabemos que la calidad y la seguridad alimen-

taria de nuestros productos hortofrutícolas están consideradas como superiores a las de nuestros competidores, deberemos trabajar en los costes, pero también en las características diferenciales de nuestros productos, manteniendo y aumentando, más si cabe, la calidad.

Sin duda, la mejor forma de contrarrestar los costes bajos de la competencia es la utiliza-

ción de la digitalización en toda la cadena de suministro, campo, almacén, insumos, y transporte. Esto hará que se incremente la productividad y, en consecuencia, que se pueda entrar en precios más competitivos. Si a ello añadimos la certificación de nuestra seguridad alimentaria, podremos cerrar el círculo de una cadena de suministro más competitiva, segura, diferencial, y acorde con los ODS, del mismo modo que estamos haciendo con la "agricultura de precisión", pasando así a una "agroindustria de precisión".

Con esta forma global de actuar, además de ayudar al planeta Tierra, ayudaremos, sin ninguna duda, a nuestra agricultura, facilitando el poder ser más competitivos en los mercados, sobre todo europeos, que son nuestro cliente natural.

Cada día se nos presentan nuevas oportunidades, ¡no las dejemos escapar!

(\*) Experto en marketing agroalimentario



Por JOSÉ ANTONIO NAVARRO BORCHA(\*)

► ALBERTO PALMÍ. FEDEMCO.

La madera como material que proviene de la naturaleza presenta toda una serie de fortalezas destacables frente a otros materiales, por lo que deberían favorecer su uso y empleo. La madera es un material multifuncional, verde, renovable, valorizable, reutilizable, saludable y, por último, destacar su cualidad más comercial, tiene una imagen y estética inmejorable.

El ciclo de la vida del envase de madera, tal y como trabajan los miembros de Fedemco, es el ejemplo claro de bioeconomía circular, donde cada fase se ha ido refinando para maximizar el recurso madera, recuperándola como energía o creando subproductos y minimizando la creación de residuos. Lo que nosotros llamamos huella de carbono negativa, es decir generando más oxígeno que carbono.

Para crear un palet o un envase de madera de Fedemco debemos acudir a un bosque cultivado, una chopera o un pinar con más de 10 años de crecimiento. Mediante la selección, poda y cuidado se consiguen ejemplares de troncos rectos y uniformes que maximizan el uso del material.

La madera es un material verde que, gracias a la gestión forestal sostenible, está haciendo crecer la superficie del bosque a un ritmo de 180.000 hectáreas por año en España y otro tanto en Europa. Siendo esta la fuente principal de material para la fabricación de los envases de madera de Fedemco, entre un 20 y un 30% es de procedencia nacional y el resto comunitario. En todo este proceso de crecimiento se va creando riqueza, ocupación en el terreno rural y consiguiendo el deseado enfriamiento del planeta. Los árboles tal y como sabemos se alimentan de CO<sub>2</sub> y crean O<sub>2</sub>. Como dato curioso, el árbol cuanto más joven, más dióxido de carbono necesita para crecer, es decir más CO<sub>2</sub> absorbe y retiene en su tronco. Una media de 0.9 toneladas de CO<sub>2</sub> por cada metro cúbico y además expulsa 0.7 toneladas de oxígeno.

En cuanto a la energía para su transformación, la madera como material requiere significativamente menores valores de energía en su obtención y procesado. A diferencia de otros materiales, la madera y demás recursos forestales son renovables, un manejo adecuado de los montes permite un flujo de recursos y productos forestales indefinidos. La sostenibilidad de los ecosistemas forestales requiere mantener su función productiva empleando prácticas silvícolas que aseguren la conservación futura y garanticen la explotación presente.

La madera es un material orgánico y en cualquiera de las etapas de su ciclo productivo y en cualquiera de sus formas es y será un material valorizable. Desde el tronco a la astilla la madera retiene CO<sub>2</sub> y puede ser recogido, reciclado y reutilizado. Las famosas tres R.

Cuando los troncos del árbol son trasladados a las fábricas estos se desenrollan, para su posterior conversión en chapa, o se sierran en listo-



La madera es un material saludable que ofrece propiedades antibacterianas, térmicas e higroscópicas. / FOTOGRAFÍAS FEDEMCO

# Porque lo natural es envasar en madera

nes y se ensamblan en pallets o envases. En este proceso hablamos también de material verde, no necesita procesos químicos, ni utiliza el agua en su transformación. Como en cada una de las fases, los sobrantes se recuperan y reutilizan en la fabricación de otros productos.

Una vez creados y enviados a los almacenes de encajado de frutas y hortalizas, los envases de madera Fedemco empiezan a desarrollar otra de sus grandes virtudes. Mantener y alargar la vida las frutas que transporta. Esto lo hace por sus propias cualidades naturales, la madera es un material saludable que ofrece propiedades antibacterianas, evitando la proliferación de hongos; propiedades térmicas, en el preenfriado alcanza más rápido la temperatura de transporte en contenedores frigoríficos y ventila mejor el fruto; y propiedades higroscópicas, la madera autorregula la humedad que le rodea, manteniendo el fruto seco frente a un acúmulo de líquido.

El último paso del ciclo de vida para el envase de madera hortofrutícola, según obliga la ley, es cuando se muestra al consumidor y la madera vuelve a ofrecer un plus a los productos que transporta. Los envases de madera son los más valorados por el consumidor, que perciben al producto como de mayor calidad y que ven en la madera un soporte más saludable para él y para el medioambiente.



Los envases de madera son fácilmente reciclables y alargan la vida útil de los alimentos.



Los envases de madera ofrecen un plus de calidad a los productos que transportan.

La madera como material que proviene de la naturaleza presenta toda una serie de fortalezas. Es un material multifuncional, verde, renovable, valorizable, reutilizable, saludable y, por último, destacar su cualidad más comercial, tiene una imagen y estética inmejorable

Conforme al estudio de la tasa de reciclado de madera en España 2019 respecto al 2018, elaborado desde la Federación en colaboración de Ecoembes, existe un alta y creciente tasa de reutilización y preparación para la reutilización, a pesar de que los residuos de envases primarios hortofrutícolas no pueden, por imperativo legal, ser reutilizados. El resultado de la tasa concluye con un

80,80% de tasa de valorización (incremento de 0,34% respecto al 2018), desglosada en 66,90% de reciclaje y solo el 13,90% de valorización energética. Se reduce ligeramente la tasa de reciclado, pero porque, apoyando la jerarquía de residuos, se incrementa la reutilización y PPR (hace falta reciclar menos residuos).

Se mantiene la tasa de valorización energética y la tendencia creciente del volumen de residuos destinado a valorización energética porque existe una mayor concienciación en el empleo de biomasa para generar energía mediante incineración directa con recuperación de calor; evitándose así el vertedero y mejorando la jerarquía de residuos.

El envase de madera puede ayudar al sector de la alimentación a reducir el uso de otros materiales, sobre todo, en el caso del plástico en contacto con el producto. Los envases de madera de Fedemco no solo proceden de la gestión forestal sostenible y emiten menos CO<sub>2</sub> en su ciclo de vida, sino que, además, son fácilmente reciclables y alargan la vida útil de los alimentos.

En concreto, el envase de madera GROW creado por Fedemco está fabricado de madera cultivada (chopo y pino) mediante operaciones de aserrado, contrachapado y grapado, por lo que solo consume energía renovable en su fabricación a diferencia de otros materiales. Por su fácil reciclado y por ser de un solo uso, no consume energías fósiles, y consume menos agua, requiriendo otros materiales un reciclado más costoso o más energía en el ciclo retorno-lavado. Por la menor emisión de CO<sub>2</sub> en su ciclo de vida que envases de otros materiales, produce un menor efecto invernadero a 20 años.

Asimismo, los miembros de Fedemco apuestan por la gestión forestal sostenible de los bosques que garantiza el equilibrio entre las funciones medioambiental, económica y sociocultural. En este sentido, la madera procede de plantaciones sostenibles cuya única finalidad es la tala. Cabe destacar, asimismo, que cada metro cúbico de madera retiene 0.9 litros de CO<sub>2</sub>.

Por estos motivos, Fedemco pretende defender la mención expresa de la madera o sus envases como materiales y productos preferentes frente a otros, así como defender la puesta en valor de sus cualidades como material sostenible.

**ilerfred**

Instalaciones de frío para el máximo frescor

Visitenos en [www.ilerfred.com](http://www.ilerfred.com)

Estamos en **Lleida, Barcelona, Zaragoza, Madrid y Granada**

Tel. +34 973 202 441  
Fax +34 973 210 813  
[info@ilerfred.com](mailto:info@ilerfred.com)

ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification

f t in e y g+

# Bioplásticos y embalajes sostenibles: la nueva apuesta de la industria alimentaria

Europa espera alcanzar una economía circular antes de 2030, con una reducción de los residuos del 90% y el reciclaje del 75% de todos los envases

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La preocupación por hacer la industria alimentaria más sostenible se hace cada vez más evidente, no solo por parte de la ciudadanía, que demanda productos ecológicos y demuestra estar dispuesta a cambiar sus hábitos hacia aquellos más respetuosos con el medioambiente, sino también por parte de empresas y políticas europeas.

La economía circular resulta ser un término fundamental en los discursos políticos sobre la necesidad de hacer frente a la emergencia climática y reducir la huella ecológica. Se trata de una alternativa al modelo de producción y consumo actual, basado en el “usar y tirar”, que sería la economía lineal y en su lugar priorizar el aprovechamiento de los recursos y la reducción de las materias primas para prolongar la vida útil de los residuos.

Europa se ha convertido en el líder mundial a la hora de crear una economía circular y se propone reducir los residuos en un 90% y reciclar el 75% de los envases antes de 2030 y, para ello, las empresas juegan un papel relevante. Además, en 2015 Naciones Unidas aprobó la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible con 17 objetivos (ODS) cuyo fin es “restablecer el equilibrio ecológico del planeta y abordar los retos sociales más urgentes”.

Las estrategias empresariales toman progresivamente un camino hacia la sostenibilidad y se hacen así más competitivas y eficientes. Las innovaciones tecnológicas son aquí imprescindibles a la hora de, por ejemplo, reutilizar el plástico utilizado en el embalaje de productos del sector alimentario.

## ■ BIOPLÁSTICOS

El Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria de Navarra (CNTA) presentó el pasado 10 de noviembre la guía “Bioplásticos en el sector agroalimentario”, una guía financiada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

En línea con esa intención de hacer la industria alimentaria más sostenible, han surgido nuevas propuestas como la de los bioplásticos, es decir, aquellos plásticos derivados de productos vegetales como el aceite de soja, el maíz o la fécula de patata. Estos son aplicados fundamentalmente a bolsas y bandejas y los sectores que más los emplean son la agricultura y la horticultura, sectores en los que resulta importante tener en cuenta la vida útil del producto envasado. Sin embargo, si no se avanza tecnológicamente en la implementación de los bioplásticos, difícilmente tendrán una mayor difusión en el mercado, tal y como se afirmó

Europa se ha convertido en el líder mundial a la hora de crear una economía circular y frente a reducir residuos

en la presentación del informe.

Ahora mismo, Asia es el continente líder en la producción de bioplásticos, que alcanzaba un 46% en 2020. Europa se situaría por detrás con un 26% de la producción total. Jorge Lorenzo, responsable de Aguas y Envases de CNTA, asegura que es un “mercado con potencial” y que, aunque todavía muchos proyectos se encuentran en una fase de I+D, se prevé que “la producción de estos materiales ascienda de los 2,1 millones de toneladas anuales en 2020 hasta los 2,8 millones en 2025”.

Por último, Begoña Pascual, del área de Innovación y Digitalización del MAPA, aseguró que “España es uno de los nueve estados miembros que cuenta con una estrategia específica de bioeconomía” y que los fondos Next Generation ayudarían a introducir los bioplásticos y otras estrategias de bioeconomía en la cadena alimentaria.

## ■ FILM ESTIRABLE RECICLADO

Desde la empresa valenciana de servicios de embalaje industrial Aranco, que actúa en diversos sectores como alimentación, farmacéutico o logística, el responsable de Innovación y Proyectos de la empresa, Roberto Bereber, es consciente de que los sectores industriales vinculados a la producción y comercialización de productos plásticos deben ser “especialmente autoexigentes, ya que cada vez es mayor la sensibilidad y exigencia social hacia la sostenibilidad”. Asimismo, Bereber asegura que “la actividad empresarial ejercida con responsabilidad y criterios de sostenibilidad es compatible con la rentabilidad y viabilidad económica”.

En Aranco consideran que el film estirable debe ser “un recurso que puede ser reutilizado según los criterios de economía circular” y, por ello, el 50% de los films que fabrican es fabricado a partir de restos de film ya usado y recogido del propio mercado.

El responsable de Innovación y Proyectos afirma que la regla de las 3R (reducir, reciclar y reutilizar) es “clave para cuidar el medioambiente y cuidar nuestro entorno”, además de que “ayuda a tirar menos residuos, a ahorrar y a ser un consumidor más responsable”. Sin embargo, en la empresa siguen trabajando por encontrar un nuevo film “mucho más sostenible”.



“Decir que unos materiales son buenos y otros son malos es hacer un análisis demasiado superficial”. / FOTOS INFIA

# La sostenibilidad del envase de plástico

► ENRIQUE ALEGRE TEBAR.

INFIA IBÉRICA (\*)

Desde hace unos años nos encontramos con una campaña constante con la intención de desprestigiar los plásticos. Esloganes que podemos ver en anuncios de televisión de productos que nada tienen que ver con los plásticos y con los que lo que se pretende promocionar es un detergente, una bebida... Una tendencia con forma de moda y no con una base objetiva científica fundada.

La situación real es que, en el proceso de refinado del petróleo que se usó en sus inicios para disponer de combustibles para los motores de combustión interna, se producen una serie de productos derivados como los plásticos o el gas a los que se les debe dar un uso razonable, dando por sentado que estamos en una sociedad moderna y no podemos prescindir de la movilidad en vehículos como coches, autobuses o aviones ni del tráfico de mercancías como los que efectúan camiones o barcos. Por ese motivo tenemos un producto al que hay que darle uso.

Decir que unos materiales son buenos y otros son malos es hacer un análisis demasiado superficial de un problema real que debería medirse en términos de huella de carbono. El contraejemplo sería el consumir productos Bio, pero desplazarlos miles de kilómetros. Esto va en contra del concepto de reducción de la huella de carbono, concepto desarrollado por Jean-Marc Jancovici en el año 2007, por muy Bio que se sea.

Con estos ingredientes sobre la mesa ya podemos empezar a construir argumentos con dos finalidades primordiales. El primero de los objetivos es la reducción de la huella de carbono en nuestros actos cotidianos y el segundo hacer esto siempre basándonos en evitar el desperdicio alimentario. Tal como indica la FAO, la cantidad de comida que se desperdicia entre su producción y la puesta en el mercado es solo de un 3% en Europa frente a países en desarrollo, donde esta cifra puede alcanzar el 40%. Esto se debe, precisamente, al uso de soluciones de envasado adecuadas.

Según ANAIP (Asociación Española de Industriales Plásticos), los envases plásticos han



PET, único material que usado y reciclado puede volver al contacto con alimentos.

demostrado ser los más seguros y los más eficientes: la cantidad de material necesaria para envasar un mismo producto es cuatro veces menor si el packaging es de plástico. Además, su ligereza permite reducir hasta en un 50% la cantidad de viajes necesarios para transportarlos, con la consiguiente disminución de consumo de combustible y de emisiones de CO2.

La prohibición de los envases plásticos de un solo uso para una serie de productos hortícolas no tiene en cuenta situaciones como que en los hogares se va a seguir consumiendo botellería de refrescos, aguas y zumos. En este punto existen dos alternativas: llevar estos plásticos al vertedero o darles una nueva vida.

El PET es el único material que una vez usado y reciclado puede volver a estar en contacto con alimentos. Infia Ibérica usa una media de 15.000 toneladas de PET reciclado que de otra manera quedaría abandonado en los vertederos. Nuestros proveedores de R-PET, ubicados en la cercanía de nuestra fábrica nos proveen de este de máxima calidad y una vez en planta lo trabajamos en un sistema de desinfección que ha hecho que Infia haya conseguido la autorización emitida por la EFSA (European Food Safety Authority) para su “Supercleaning Process”. Gracias a este logro, la empresa puede implementar su propio proceso de reciclado registrado para garantizar productos finales fabricados con materiales 100% reciclados, seguros y sostenibles. De esta manera, aporta beneficios en términos energéticos, de uso de recursos y de emisiones de gases de efecto invernadero. A día de hoy, Infia es la única

empresa del panorama mundial que le ofrece a sus propios clientes el abastecimiento de productos reciclados, acorde a sus exigencias y sin límites de cantidad, gracias a la cobertura total brindada por su capacidad productiva R-PET 100%.

Todo esto casa con la información que publica ANAIP y es que España es líder en reciclado de plásticos, es el primer país de Europa en capacidad de reciclado per cápita en todos los polímeros y es el segundo país que más envases plásticos recicla del continente.

Sin dejar de lado características fundamentales de un producto, como el de Infia, que siendo sostenible no incrementa los costes de manera significativa, evitando encarecer el producto final, produciendo envases de fácil almacenamiento y una logística optimizada, frente a otras opciones del mercado. Volviendo al término de huella de carbono, el F-Concept es un desarrollo de Infia basado en su perforación lateral que permite:

- Preenfriamiento un 25% más rápido y, por lo tanto, mayor productividad en la planta de envasado.
- El preenfriamiento más rápido conlleva una rápida detención de la maduración y, por consiguiente, una conservación más larga en el tiempo.
- Ahorro energético en un 25%.

Por resumir, y con toda la información aportada, se demuestra que las características de los plásticos aportan más ventajas que inconvenientes en términos de sostenibilidad, siempre que los consumidores cierren el ciclo en el contenedor amarillo.

(\*) Sales Key Account Manager Infia Ibérica