

valencia fruits

14 de diciembre de 2021 • Número 2.963 • Año LIX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



En la recta final de la campaña, con las fiestas navideñas en ciernes, el sector ha tenido que ralentizar la recolección ante la imposibilidad de tratar la fruta con CO2. /VF

La falta de CO2, una nueva complicación para el kaki

► Ó. ORZANCO / N. RODRIGUEZ.

La falta de suministro de CO2 está comprometiendo la comercialización del kaki español ya que este gas es necesario para eliminar la astringencia de esta fruta. A este problema se une la anunciada huelga del transporte prevista para el 20, 21 y 22 de diciembre que puede complicar la campaña navideña. Una situación que está afectando a todo el sector, tanto al comercio privado como a las cooperativas.

Pascual Prats, presidente de la Asociación Española del Kaki, y

Carlos Nemesio, product manager de Anecoop, confirman que este nuevo varapalo está haciendo de esta temporada de kaki una de las más complicadas de los últimos años.

Sin CO2 para eliminar la astringencia, el kaki no se puede comercializar y la única solución es intentar retrasar al máximo la campaña. Ante esta situación la recolección se está ralentizando y almacenar fruta para ver si se soluciona el problema de suministro es la única salida. Esta falta de CO2 también ha obligado a las

cooperativas a frenar el ritmo de recolección al disponer semanalmente solo de un 30% del gas que reciben en circunstancias normales otros años, y se está almacenando más cantidad de producto de la prevista en cámaras.

Hay que recordar que el sector está sufriendo una de las temporadas más críticas. Su inicio estuvo marcado por una previsión de cosecha mermada, principalmente debido al cotonete; el aumento de los tratamientos también fue un problema primero por la falta de cierta materias y luego por el

encarecimiento de los insumos; sin olvidar problemas con la mano de obra, la huelga de transporte, y la noticia del cierre del mercado bielorruso. En definitiva, una campaña que no ha dado un momento de tregua por sus constantes complicaciones.

La última hora es el envío de una circular por parte de las empresas distribuidoras, este lunes 13 de diciembre, informando que "se restablece el suministro de CO2 en niveles normales".

Más información en página 3



Esta semana

- 4** La Unión Europea aumenta los controles de pesticidas en pomelos turcos
- 6** "Europa contra Europa", artículo de opinión de Cirilo Arandis



- 7** La reforma de la ley de la cadena alimentaria ve la luz tras la aprobación en el Congreso
- 8** Mariano Zapata asume la presidencia de Proexport, sustituyendo en el cargo a Juan Marín
- 9** La superficie plantada de frutos rojos esta campaña se mantiene en la provincia de Huelva
- 10** La Xylella fastidiosa, una de las bacterias que más teme la agricultura europea



**Países Bajos
Bélgica** Pág. 11



Mercados del Este

Páginas Especiales



Tiendas Especializadas

ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	9
Agrocotizaciones:	18
Noticias de empresas:	23

LO INTELIGENTE ES TENERLO TODO

SMART CITRUS™
all in one by AgroFresh

AgroFresh
We Grow Confidence™
AgroFresh.com

FOMESA FRUITECH
Your postharvest partner since 1955

Excelencia en productos postcosecha

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

valencia
fruits

Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

RAFAEL CABO CORTELL

ALEGRES DELICADES, S.L.

■ preimpresion@valenciafruits.com

Administración 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

El agua, asignatura pendiente

Por GONZALO GAYO

¿Cómo es posible contemplar cada año los desbordamientos de ríos en el norte de España sin caer en la cuenta de la necesidad de trasvases que descongestionen y resuelvan también el problema de la España que mendiga agua cada verano, sequía tras sequía? ¿Cómo es posible que cada otoño e invierno sigamos sumando cientos de millones en pérdidas ocasionadas por la abundancia de una precipitaciones que arrasan la cuenca del Ebro?

¿Cómo es posible que durante décadas no haya habido un solo gobierno en España capaz y dispuesto a dar soluciones al problema del agua, a los episodios de desbordamientos y sequías de cada año mas allá de los mezquinos intereses del corto plazo?

¿Cómo es posible mirar a los ojos de las gentes que lo perdieron todo o a los familiares de fallecidos sabiendo que las soluciones siguen siendo papel mojado en los cajones de los ministerios de turno por culpa de tantos egoísmos e incapacidad de alcanzar acuerdos que beneficien a todos?

¿Cómo es posible que un país endeudado hasta las cejas de nuestros tataranietos no sea capaz de brindar a las futuras generaciones soluciones al problema del agua desde la solidaridad y las nuevas oportunidades de progreso en una agricultura con agua para todos? ¿Cómo les van a explicar a las 'next generation' de españoles que sus mayores fueron incapaces de entenderse en algo tan elemental como es dotar de recursos hídricos un territorio donde un tercio sufre la sequía y otro tercio desbordamientos?

¿Qué pensarán nuestros tataranietos cuando tengan que pagar la mayor deuda de la historia de España con un 120% del PIB no habiendo sido capaces de reinvertir parte de los fondos europeos de Next Generation en resolver problemas y generar oportunidades con los necesario trasvases que garanticen el agua al sureste español y frene el avance de las sequías, desiertos y huella del cambio climático?

Esperemos que algunos de nuestros tataranietos investiguen las causas del porqué España dejó pasar la oportunidad de poner en marcha un Plan Nacional Hidrológico del siglo XXI que diera respuesta a la necesidad de agua y afrontara las amenazas generando nuevas oportunidades de crecimiento y empleo en el sector agrícola y agroalimentario.

Comentarle a ese hipotético tataranieto/a del futuro que el agua ha sido utilizada como bandera para los enfrentamientos políticos territoriales en vez de generar grandes pactos de Estado.



Huerta de Valencia / ARCHIVO

Hay incluso políticos que se vanaglorian de haber hecho carrera en sus partidos enfrentando a ciudadanos de distintas regiones para llegar al día de hoy con los mismos problemas de las últimas décadas, con desbordamientos de ríos o sequías para el próximo verano.

Y así llevamos décadas, sin la valentía necesaria y el coraje que se necesita para resolver el problema del agua como en otros grandes retos en los que España y sus gobiernos y clase política sí han demostrado capacidad en la modernización de un gran país. Sin embargo, en la agricultura solo brilla la mediocridad que empieza a ser un hartazgo.

Lo último que se pierde es la esperanza y en esas estamos, aporreando este teclado y juntando palabras para ver si de una vez y en algún lugar salta la chispa que rompa con la mediocridad que ha sumido a la agricultura de este país a la condena eterna del problema del agua. Hasta en el Egipto de hoy en día se están conquistando grandes extensiones del desierto con trasvases de aguas o la maravillosa transformación del territorio que ha liderado Israel en los últimos 70 años con los trasvases y las nuevas tecnologías desarrolladas en torno al agua generando prosperidad y oportunidades para sus ciudadanos.

Tenemos la ocasión que nos brinda Europa con las ayudas de Next Generation para diseñar y poner en valor todo el territorio, de norte a sur, regulando, optimizando y distribuyendo los recursos hídricos allá donde se necesitara, no solo para la agricultura o la población, también para poner en valor el potencial de ecosistemas ecológicos en riesgo

de desaparecer por las sequías y el cambio climático.

La agricultura y el sector agroalimentario en España deben afrontar los grandes retos con valentía y contar con los recursos que permitan su desarrollo futuro si es que aspiramos a poder pagar la factura del 120% del PIB que hoy soportamos en deuda. Las ayudas de la UE deben ser la gran oportunidad para resolver problemas existentes como el agua y que impiden crecer y generar más empleo y riqueza. El agua, al igual que las energías renovables y la digitalización ofrecen grandes oportunidades para liderar hoy la transición hacia una de las economías más avanzadas combatiendo las desigualdades que sufre nuestro país, y que también genera el agua.

La sensación que transmiten las administraciones de todo signo es que no es un tema que preocupe, ni siquiera que esté sobre la mesa del diálogo o de los recurrentes enfrentamientos políticos. La volatilidad de la política no está para abordar los grandes temas que preocuparán a las futuras generaciones y es una enorme pena.

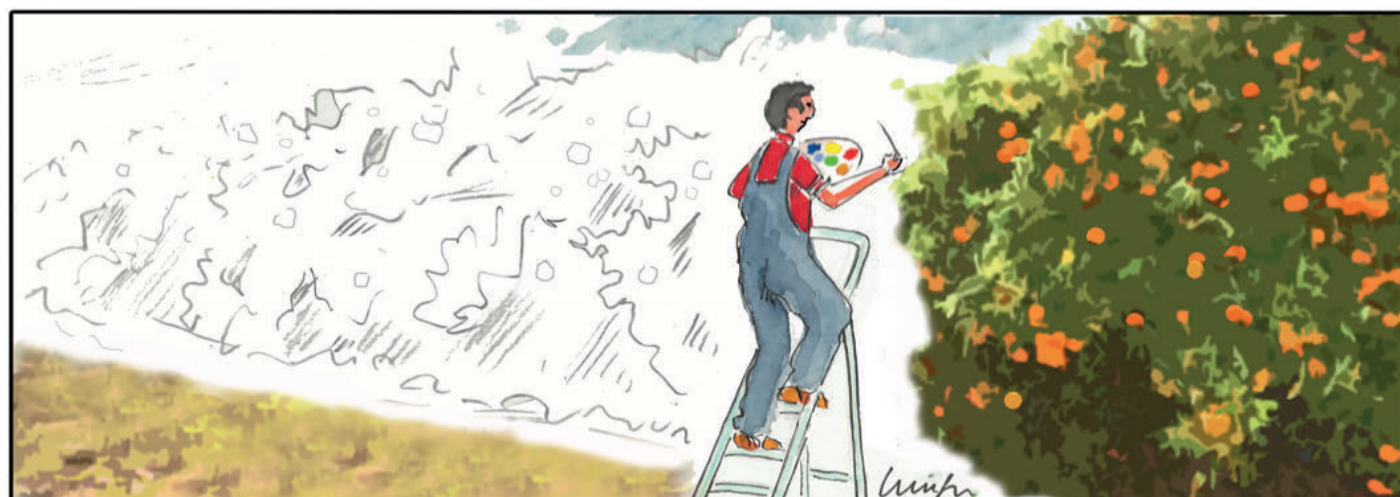
Y en esas estamos, contabilizando un año más miles de millones en pérdidas por desbordamientos mientras comienzan las apuestas de qué cultivos pagarán este próximo verano con la maldición bíblica de la sequía o del pedrisco en versión cambio climático.

El agua es fuente de vida y la gran asignatura pendiente por resolver para las futuras generaciones. La necesaria conexión de todas las cuencas que permita atender las necesidades presentes y futuras ante las graves amenazas del cambio climático. Hoy tenemos los recursos que Europa pone a nuestra disposición para resolver un problema con soluciones que generan empleo y riqueza en beneficio de todos. Incluso bastaría con el dinero ahorrado en daños ocasionados por sequías y desbordamientos de un año para financiar la totalidad de un Plan Hidrológico Nacional del siglo XXI. No les quepa duda que se hará, sin dudar. Otros ya lo han hecho en todo el mundo, desde Israel a EEUU pasando por Egipto o el Sahara.

No es posible afrontar el futuro sin resolver los problemas del agua en España, acompañados con el cambio climático. Requerirá de un gran pacto de Estado y un protagonismo de los agricultores y técnicos en la reelaboración de un Plan Hidrológico Nacional que pide ser rescatado del cajón de algún ministerio de la mediocridad para poner grandes dosis de solidaridad, diálogo y entendimiento.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio



Ante esta situación la recolección se está ralentizando y almacenar fruta para ver si se soluciona el problema de suministro es la única salida. / ASOCIACIÓN KAKI

La falta de suministro de CO2 complica aún más la recta final de la campaña de kaki

La última hora es la confirmación del restablecimiento del suministro por parte de las empresas distribuidoras, en principio “en niveles normales”

► Ó. ORZANCO / N. RODRIGUEZ.

La falta de suministro de CO2 está comprometiendo la comercialización del kaki español ya que este gas es necesario para eliminar la astringencia de esta fruta. A este problema se une la anunciada huelga del transporte prevista para el 20, 21 y 22 de diciembre que puede complicar la campaña navideña. Una situación que está afectando a todo el sector, tanto al comercio privado como a las cooperativas.

Pascual Prats, presidente de la Asociación Española del Kaki, señala que “está siendo una campaña muy complicada. Trabajamos con tres proveedores de CO2 y llevamos ya unos 15 días sufriendo la falta de suministro. Hay empresas que actualmente no pueden trabajar porque este gas es necesario para tratar la astringencia de esta fruta. Y las firmas de la asociación que siguen funcionando lo hacen a un nivel que se sitúa entre el 30 y el 50% de actividad respecto a una campaña normal”.

Por su parte, Carlos Nemesio, product manager de Anecoop, apunta que este problema de falta de suministro es “estructural”. En la actualidad, en España el sector del kaki trabaja con tres grandes multinacionales, de las cuales solo una tiene plantas de generación de CO2.



Este 2021 será recordado como uno de los años más ‘negros’ del kaki. / ARCHIVO

Las otras dos operan como distribuidoras, y es aquí donde surge el problema, ya que estas a su vez se suministran de proveedores de CO2 procedente de otras industrias. Estas industrias han visto reducida su actividad por la subida de la tarifa energética, lo que les ha impedido generar stock de CO2. “Al fallar sus proveedores, estas distribuidoras están teniendo problemas para servir a sus clientes, como son cooperativas y empresas pri-

vadas del sector del kaki en general”.

“Sin CO2 para eliminar la astringencia, —continúa Pascual Prats— el kaki no se puede comercializar y la única solución es intentar retrasar al máximo la campaña. Ante esta situación la recolección se está ralentizando y almacenar fruta para ver si se soluciona el problema de suministro es la única salida. Habrá que utilizar SmartFresh para inhibir el etileno y que la fruta

Si esto fuera poco, el sector también tiene que lidiar con la huelga de transporte y el cierre del mercado bielorruso

puede complicar la temporada de Navidad. Y finalmente la puntilla a este año puede ser el cierre del mercado de Bielorrusia”, afirma el presidente de la Asociación Española del Kaki.

Desde el mundo cooperativo Carlos Nemesio, por su parte, explica que, en este mes que queda de campaña, en el corto plazo, “faltará producto” y a medio plazo, “se registrará un nuevo encarecimiento del kaki al tener que almacenarlo en cámaras por la imposibilidad de tratarlo con CO2”. Este almacenamiento añade un sobrecoste al producto, que no estaba previsto y para los que no disponen de más espacio en cámaras, supone retrasar la recolección con las consecuentes mermas de rendimiento, que también implica un encarecimiento del producto.

A la vista está que el sector del kaki está viviendo una de sus temporadas más complejas. “El precio de todos los insumos han subido desde el inicio de la temporada entre un 20 y un 30%. Y los costes finales se han incrementado entre 10 y 12 céntimos por kilo. Los gastos de los productores han aumentado este año notablemente debido, entre otros factores, a los tratamientos contra las plagas, sobre todo el cotonet. Y en almacén también han subido”, explica Pascual Prats.

“Y en contraposición, —resalta el presidente de la Asociación Española del Kaki— las cotizaciones, en una campaña con una merma del 40% de producción, se sitúan en valores similares a los registrados en el pasado ejercicio. En este contexto, las liquidaciones para el productor van a ser inferiores a las del ejercicio 2020. Nuestra preocupación es que si este año los precios se encuentran en este nivel, con una importante merma de cosecha, no vemos un futuro muy halagüeño si no se empieza a arrancar. La rentabilidad del kaki brilla por su ausencia”.

“Este año, ante el incremento de costes, para que la temporada fuese rentable para productores y comercializadores se necesitaría un precio medio de campaña de un euro por kilo a la salida de almacén para las primeras categorías. Y este año va a resultar muy difícil compensar. Ahora que se podían subir un poco los precios ha llegado el problema del CO2 y la posible huelga de transportes”, concluye Pascual Prats.

La última hora, después de dos semanas sin noticias claras, es el envío de una circular por parte de las empresas distribuidoras, este lunes 13 de diciembre, informando que “se restablece el suministro de CO2 en niveles normales”, según confirma Carlos Nemesio.

Hay empresas que no han podido trabajar porque este gas es necesario para tratar la astringencia del kaki

En estas dos últimas semanas, los productores han contado con solo el 30% del gas que reciben en circunstancias normales otros años

aguante, lo que supondrá otro gasto añadido”.

Esta falta de CO2 también ha obligado a las cooperativas a frenar el ritmo de recolección al disponer semanalmente solo de un 30% del gas que reciben en circunstancias normales otros años, y se está almacenando más cantidad de producto de la prevista en cámaras.

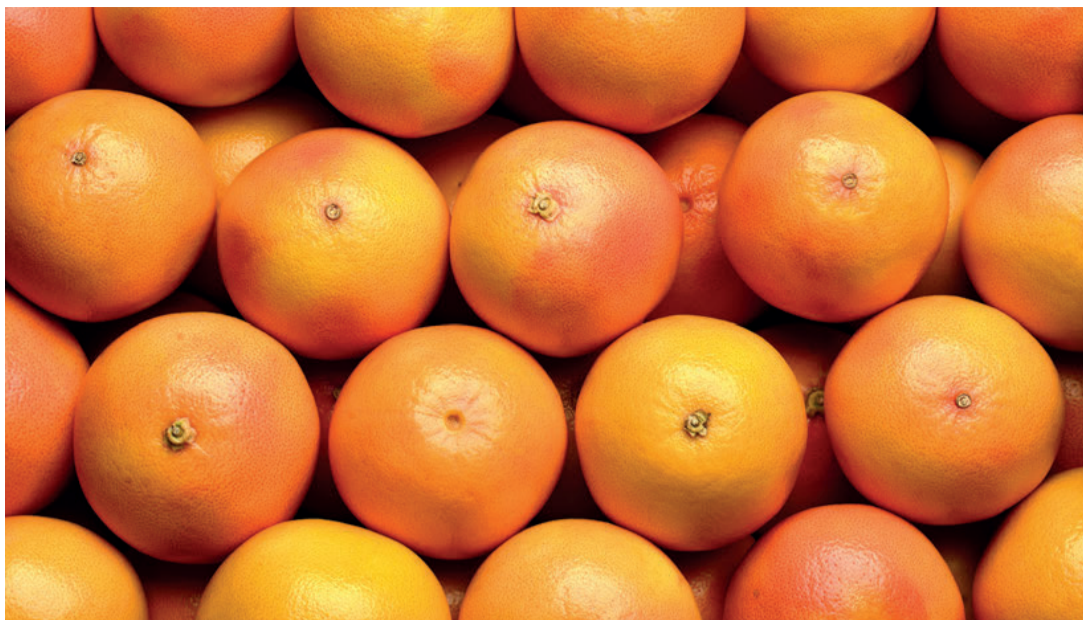
Este problema de suministro de CO2 es el factor que más está afectando negativamente al desarrollo del último tercio de la campaña. “Pero a este contratiempo se puede sumar también la huelga de transporte prevista para el 20, 21 y 22 de diciembre que nos

■ A 11 DE DICIEMBRE

Exportados 133.483.876 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2021/2022, a 11 de diciembre, se han enviado a países terceros, en exportación (133.037.384) y reexportación (446.491), un total de 133.483.876 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2020/2021, a 12 de diciembre de 2020, lo exportado eran 88.077.682.

Países de destino (Kg):	Campaña 21/22		Campaña 20/21	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	119.986		125.545	1.294
Arabia Saudita	4.228.736		8.591.555	
Argentina	89.415		837.352	
Armenia			18.183	
Australia	71.190		166.649	
Bahrain	60.570		78.670	
Bielorrusia	758.286	4.950	1.068.569	
Bosnia-Herzegovina	77.110			
Botsuana			22.880	
Brasil	2.613.230		5.653.874	
Burkina Faso			21.922	
Cabo Verde	106.792	17.460	40.301	
Canadá	13.847.090		23.000.066	22.950
China			44.370	
Colombia	164.283		155.725	
Congo (República)			22.434	
Corea del Sur			108.942	
Costa de Marfil	27.523	24.452	30.494	4.787
Costa Rica	197.412		255.344	
Curaçao	44.452		117.285	
Emiratos Árabes Unid	2.078.506		4.173.514	
Estados Unidos	247.586		22.410	
Gabón	31.043		239.780	
Ghana	25.888		88.650	
Gibraltar	97.925	13.399	92.700	11.434
Gran Bretaña	72.453.193	76.493		
Guatemala	25.372		91.414	
Guinea	6.013	4.003	12.340	3.060
Guinea Ecuatorial	89.520	54.328	146.572	37.191
Guinea-Bissau	5.240			
Honduras	67.839			
Hong-Kong	5.710		1.672	
India			1.388	
Irlanda	37.449			
Islandia	479.939		432.440	
Jordania			48.100	
Kazajistán	554		368	
Kuwait	123.020		91.599	
Liberia	6.588			
Malasia	175.988		222.872	
Mali	9.142	6.795	130.392	14.361
Marruecos			73	84
Mauritania	2.880	6.391	46.082	1.469
Moldavia	125.963	9.066	170.207	19.413
Nigeria			49.260	
Noruega	11.827.800	640	13.493.137	
Omán	314.295		866.354	
Panamá	333.622		493.972	
Qatar	758.446		1.741.373	
Rep. Centroafricana	18.920	118.455	27.255	75.708
Senegal	2.169	60	22.275	
Serbia	653.381		847.699	
Sierra Leona	7.028		4.320	
Singapur	811		22.392	
Sri Lanka	47.884			
Sudáfrica	404.341		385.875	
Sudán	14.080			
Suiza	19.062.861	103.472	21.810.655	158.049
Ucrania	1.067.130	6.529	1.435.318	
Uruguay	23.184		155.267	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	269.775	800	7.598	
Satsuma	12.257.333	198	2.111.422	9
Clementina	55.474.204	11.027	37.636.980	20.147
Clementina hoja	7.155.853	769	6.235.011	
Clemenvilla	1.418.755		342.988	
Fortuna	1.088			
Ortanique	21.995		1.036	
Ellendale	70			
Otras mandarinas	2.797.826	10.734	177.503	10.262
Uso industrial	146.868			
Nadorcott		31.201	1.313	35.213
■ TOTAL MANDARINAS	79.543.767	54.728	46.513.850	65.632
Navelina	25.919.586	10.431	32.114.427	19.566
Navel	2.549.028	1.938	397.994	
Navel Late	39.445	2.108	11.140	257
Lane Late	54.801		54.580	
Salustiana	353.654		539.233	
Cadenera	26.099		76	
Sanguina	1.440			
Valencia Late	276.001	168.116	219.900	109.709
Verna	679.052	664	1.701	23
Otras	1.478.069	54.984	254.047	39.791
Uso industrial	79.971		85.427	
Navel Powel	93.105			
Barberina	103.826		3.285	47
■ TOTAL NARANJAS	31.654.077	238.241	33.681.810	169.392
■ TOTAL LIMONES	20.635.011	145.967	6.639.705	106.221
■ TOTAL POMELOS	1.197.260	7.496	892.517	8.471



El pomelo español se produce bajo los máximos estándares de garantía para los consumidores. / AILIMPO

La UE aumenta los controles de pesticidas en pomelos turcos

Uno de cada 10 camiones turcos se controlará en frontera

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Después del aumento de los controles al 20% a los limones turcos, un mes más tarde la UE ha adoptado una decisión similar para los pomelos también procedentes de Turquía. La Comisión Europea ha informado a la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (Ailimpo) de esta decisión, que ya solo está pendiente de la publicación en el Diario Oficial de la modificación del anexo 1 del Reglamento 2019/1973.

Desde el inicio de campaña en septiembre, Ailimpo ha contabilizado cuatro alertas en pomelos turcos por presencia de pesticidas prohibidos en la UE (clorpirifos y clorpirifos-metil). Una situación sin precedentes, y que confirmaba las deficiencias del sistema oficial turco de control sobre la comercialización y uso de productos fitosanitarios. Al mismo tiempo, la interprofesional solicitaba a la Comisión Europea la adopción de medidas con carácter urgente.

La Comisión Europea ha reaccionado rápidamente y ha decidido aumentar el control oficial a los pomelos turcos hasta el 10% (anteriormente solo se hacían controles aleatorios sin un porcentaje mínimo) de modo que 1 de cada 10 camiones de pomelos turcos que entran en la UE deberán estar sometidos a controles estrictos en frontera de análisis de pesticidas. Esta medida entrará previsiblemente en vigor a finales de diciembre.

La propia Comisión Europea ha confirmado la gravedad de la situación con este país, y de forma clara confirma que “en relación con las partidas de pomelos procedentes de Turquía, los datos resultantes de las notificaciones en el RASFF y la información relativa a los controles oficiales realizados por los Estados miembros indican la aparición de nuevos riesgos para la salud humana, debido a una posible contaminación por residuos de plaguicidas. Por lo tanto, es necesario exigir un mayor ni-

vel de controles oficiales en las entradas de dichas partidas. Por tanto, las entradas de esta mercancía procedentes de Turquía deben incluirse en el anexo I del Reglamento de Ejecución (UE) 2019/1793, con una frecuencia de controles de identidad y físicos fijada en el 10%”.

■ VALORACIÓN DE AILIMPO

Un mes después de que la UE aumentara los controles al limón turco, ha tocado el turno de los pomelos también procedentes de Turquía. La organización interprofesional española de limón y pomelo, Ailimpo, ha expresado su satisfacción por la rápida decisión que se ha adoptado por la Comisión Europea. “Sin duda se trata de una decisión importante para defender los intereses de los consumidores europeos y para reforzar la posición del pomelo español producido bajo los máximos estándares de garantía para los consumidores”, señala la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo.

Aragón destina 212 millones a transformar 46.000 ha en regadío

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón ha concedido desde hace cinco años un total de 212 millones de euros en subvenciones para la creación y modernización de 46.000 hectáreas en regadío.

Esto ha supuesto movilizar desde 2016 una inversión de 700 millones de euros por parte de más de 7.000 regantes beneficiarios.

Así lo indicó la semana pasada el consejero de Agricultura, Joaquín Olona, con motivo de la visita a las obras del regadío social de la localidad zaragozana de Fuentes de Ebro. Olona indicó que, “gracias al nuevo modelo de financiación puesto en marcha por el Ejecutivo aragonés, se ha desbloqueado la situación en la que se encontraba la creación de regadíos y, en el caso de Fuentes de Ebro, tras 25 años de bloqueo, vemos cómo sus obras se han convertido en una realidad”.

El proyecto tiene un coste de 25 millones de euros, que permi-



Visita de Olona a la zona de regadío social de Fuentes de Ebro. / J. ORTEGA

tirán tanto la creación de regadío como la modernización de la huerta de 1.846 hectáreas en el término municipal de Fuentes de Ebro.

De los 150 propietarios de la zona regable, hay 20 jóvenes agricultores que se han incorporado en los últimos años y, de ellos, ocho son mujeres.

Por eso, Olona defendió el regadío como motor de desarrollo para el medio rural, así como una herramienta de lucha contra la despoblación, de relevo generacional en el campo y de

adaptación a la agricultura del siglo XXI. En cuanto a los cultivos a implantar en esta zona, la previsión es que el 50% sea de leñosos (45% de almendros y olivos y el 5% de pistachos); el 25% de superficie hortícola también por goteo, principalmente, para la cebolla con Denominación de Origen Fuentes de Ebro y el 25% de cultivos extensivos, como alfalfa, maíz y cereales de invierno.

Está previsto que las obras concluyan en 2022, permitiendo la entrada total en funcionamiento en 2023.

CITROSOL LES
DESEA UNA FELIZ
NAVIDAD Y UN
PRÓSPERO AÑO
2022

*CITROSOL WISH
YOU A MERRY
CHRISTMAS AND
A HAPPY NEW
YEAR*



SEGUIMOS CUIDANDO
LA FRUTA Y EL PLANETA

*WE CONTINUE TO CARE
FOR FRUIT AND THE PLANET*



@Citrosol_com



CITROSOL

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com
info@citrosol.com

OPINIÓN

Europa contra Europa



Por CIRILO ARANDIS (*)

No hace mucho tiempo escuche una conversación entre un padre y un hijo todavía de corta edad. El pequeño se quejaba del tiempo en el que le estaba tocando vivir, y del engorro que suponía todo este problema del coronavirus. El padre, ya con una cierta edad que le permitía tener una cierta visión retrospectiva de la vida, le comentó que, pese a todo, estaba teniendo bastante suerte. El hijo no entendía, a lo que el padre le hizo un pequeño repaso de lo convulso que había sido la primera mitad del siglo XX. Dos Guerras Mundiales, en el caso de España una Guerra Civil y su posguerra, la crisis económica derivada del crack del 29, y además también, una pandemia conocida como la gripe española. Finalizó el padre recordándole que ahora existen vacunas que protegen a la sociedad, y un conjunto de instituciones que velan por el mantenimiento de un nivel de vida al que entendemos que tenemos derecho.

No cabe duda de que el proyecto europeo nacido tras la segunda Guerra Mundial es el principal baluarte de estabilidad social en el viejo continente. Un proyecto que ha ido creciendo y adaptándose en el tiempo, y que debe de ser revitalizado, pues las amenazas, de todo tipo, que se ciernen sobre la vieja Europa no son pocas. La salida del Reino Unido, así como la proliferación de ofertas antieuropeístas, populismos y soberanismos, no dejan de ser un reflejo de que Bruselas y su clase política deben reaccionar y ponerse las pilas para afrontar las amenazas del proyecto, así como en la resolución de los problemas que aquejan a sus ciudadanos. Por cierto, los agricultores también somos ciudadanos europeos.

La PAC, creada en el año 1962, y según reza la propia Unión Europea, se constituye como un pacto entre la sociedad en general y sus agricultores, con el objetivo último de mejorar la productividad agrícola, de forma que los consumidores dispongan de un suministro estable de alimentos a precios asequibles, además de garantizar a sus agricultores un nivel de vida razonable. Como todo en la vida, la PAC también ha evolucionado, de tal forma que, con la última reforma, se pretende abordar nuevos retos, de los cuales el más llamativo es el del cambio climático. Como única política común de todos los Estados miembros de la Unión, parece que la agricultura se está convirtiendo en el único sector económico responsable de la consecución de los objetivos climáticos, debiendo de asumir nuevas obligaciones, pero con menos recursos.

El hecho cierto es que una política, la PAC, que se ha mostrado de éxito, corre el riesgo de ser cómplice de toda una serie de decisiones que están generando perjuicios, no ya a los productores, sino incluso al conjunto total de la sociedad. Y es que ya no cabe hacer responsable tan solo a la tecnocracia comunitaria, siempre hierática, inalterable e inexpresiva, si no que el propio



De septiembre a noviembre se han detectado 104 alertas de frutas y hortalizas, por superar el nivel permitido de ciertos productos fitosanitarios prohibidos, en productos procedentes de Turquía, Egipto y Sudáfrica. / ARCHIVO

“La prueba del algodón es la pasividad y el miedo a adoptar el único sistema que se ha mostrado eficaz contra ciertas plagas, el tratamiento en frío, en este caso para los cítricos sudafricanos. El resto de países terceros lo exigen a España, y también a quienes vienen a Europa sin exigencia de frío”

“La respuesta conjunta del sector, y la revitalización de Intercitrus, ha sido determinante para levantar la liebre sobre un tema en el que la EFSA nos está dando la razón desde el punto de vista técnico y científico. De momento, compás de espera y a seguir trabajando, pues todavía todo puede ocurrir”

“Bruselas está en la encrucijada de tener que decidir qué valor es superior, si que puedan exportar los señores sudafricanos a Europa o, por el contrario, salvaguardar del ataque de plagas de cuarentena a nuestras explotaciones”

Parlamento Europeo, constituido por esos señores que votamos todos los ciudadanos, también se ha cubierto de gloria cuando ha aprobado una PAC en la que solo se le debe de exigir condicionalidad social a los productores comunitarios, toda vez que se ha posicionado en contra de la reciprocidad en las relaciones comerciales con países terceros. Una mera declaración de intenciones ha sido suficiente para abordar el problema de la constante pérdida de renta de los productores como consecuencia de su pérdida de competitividad.

Hace tiempo que el sector español tiene asumido que su competitividad debe basarse en una oferta caracterizada por una amplia gama de variedades de alta calidad y con un buen servicio. Pero también es cierto que la cada vez creciente oferta foránea, con un mayor solape temporal, y con unas condiciones de producción menos exigentes que las impuestas a los productores

europes, hace que ganen en competitividad en un producto que la gran distribución considera como genérico y de reclamo. No cabe duda de que uno de los acicates para que cada vez vengan más productos de fuera es la complicidad de Bruselas con su política marcada, en una especie de “Pacto Verde de Europa contra Europa”. Y no con ello digo que no haya que respetar los derechos sociales, el entorno, y actuar contra el cambio climático, sino que no hacerlo, y por tanto incurrir en menos costes, no puede ser premiado.

La profesionalidad de nuestro sector lo aguanta todo en el plano comercial. Cerrado el mercado ruso, imposible el mercado norteamericano por el coste de los protocolos, ahora hay que sumar el cierre, a partir del primero de enero próximo, del mercado bielorruso. Pero si lo dicho hasta ahora es importante, lo es más la pasividad mostrada por Bruselas en relación con el nivel de

detecciones de envíos contaminados, ya sea por contener plagas de cuarentena, o por residuos de productos fitosanitarios que puedan afectar a la salud de los consumidores. Bruselas aprieta fuerte dentro. Un claro ejemplo es la decisión adoptada por la Comisión Europea de llevar a España ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea al entender que las medidas contra la contaminación por nitratos son insatisfactorias e insuficientes. Mientras, fuera solo se atreve a dar pellizcos de monja, siendo también un claro ejemplo el incremento del nivel de controles de limones y pomelos turcos a la vista de las reiteradas detecciones de envíos contaminados con pesticidas. De hacerlo España en cualquier país tercero nos hubieran cerrado el acceso a su mercado a las primeras de cambio.

Como se puede constatar, en Bruselas se juega no ya con la salud de nuestras plantaciones, si no con la salud de los ciudadanos. Sanidad vegetal y seguridad alimentaria son conceptos que van de la mano a la vista de la percepción comunitaria, y que vienen siendo denostados por quienes tienen el encargo de protegerlos. A la vista de las decisiones que se vienen adoptando como respuesta ante el nivel de detecciones de envíos contaminados, esa es la principal conclusión. La prueba del algodón es la pasividad y el miedo a adoptar el único sistema que se ha mostrado eficaz contra ciertas plagas, el tratamiento en frío, en este caso para los cítricos sudafricanos. El resto de países terceros lo exigen a España, y también a quienes vienen a Europa sin exigencia de frío. La respuesta conjunta del sector, y la revitalización de Intercitrus, ha sido determinante para levantar la liebre sobre un tema en el que la EFSA nos está dando la razón desde el punto de vista técnico y científico. De momento, compás de espera y a seguir trabajando, pues todavía todo puede ocurrir.

Bruselas está en la encrucijada de tener que decidir qué valor

es superior, si que puedan exportar los señores sudafricanos a Europa o, por el contrario, salvaguardar del ataque de plagas de cuarentena a nuestras explotaciones. En este contexto, cabe entender como lógico, pero no ético, las explicaciones dadas por los potenciales receptores de una nueva exigencia. Lo que no es entendible es que las asociaciones de importadores de Bélgica, Holanda y Alemania hagan suyos los argumentos pueriles expuestos desde Sudáfrica. Exponer que si se implanta el tratamiento en frío habrá desabastecimiento de cítricos en Europa es faltar a la verdad; apelar al impacto social sudafricano y el volumen económico de negocio allí, obviando esos mismos datos para los productores comunitarios es traicionar el proyecto europeo; alegar que con el tratamiento en frío no se puede importar desde Sudáfrica es otra falacia en favor de su propio negocio, pues Sudáfrica exporta al resto del mundo con exigencia de frío, lo mismo que viene haciendo España.

Por último, permítanme un último análisis de los argumentos sudafricanos comprados por nuestros amigos importadores del norte de Europa. Según su exposición, el 99,9% de los envíos están limpios de plagas de cuarentena. Así, según su argumento, solo en el 0,1% de los 31.000 envíos han sido detectados plagas de cuarentena. Es decir, que hay 31 envíos problemáticos. Lamento decir a estos ilustres matemáticos que la extrapolación de los 31 envíos contaminados hay que hacerla sobre la base de los envíos inspeccionados, y no sobre la base de todos los envíos. Por tanto, y a partir de una posibilidad de un 1% de envíos controlados, nos proyectaría un total de 310 envíos potencialmente contaminantes de nuestras explotaciones. Según datos expuesto en nota de prensa por la organización agraria La Unió, y según datos oficiales del RASFF, en el periodo de septiembre a noviembre de este año se ha detectado un total de 104 alertas de frutas y hortalizas por superar el nivel permitido de ciertos productos fitosanitarios prohibidos, que afectan a la salud humana, procedentes de Turquía, Egipto y Sudáfrica.

La proyección estadística de lo que puede entrar en Europa con un exceso de productos contaminados asusta, mientras las autoridades comunitarias, hacen como que hacen en respuesta a esos datos, pero para que los de fuera puedan seguir llegando a Europa. Los hechos no hacen más que constatar que el principio de preferencia comunitaria, uno de los pilares de la PAC, ya es historia. Esa fue la conclusión de la última visita del sector a las instituciones comunitarias. Todo con tal que puedan unos seguir exportando, y otros seguir importando, cueste lo que cueste.

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

La reforma de la ley de la cadena alimentaria ve la luz

La normativa aprobada en el Congreso prohíbe la venta a pérdidas en todos sus eslabones

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La reforma de la ley de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, que entre sus novedades prohíbe la venta a pérdidas en todos sus eslabones, superó el pasado 2 de diciembre su último debate en el Congreso de los Diputados.

La Cámara baja aceptó casi todas las enmiendas introducidas en el Senado, de las que muchas eran correcciones técnicas, revisando así en segunda lectura el proyecto de ley presentado por el Gobierno.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, expresó en el pleno su agradecimiento a los grupos parlamentarios por la tramitación de esta ley, que supone "un antes y un después en la regulación de la cadena agroalimentaria".

En declaraciones a la prensa, Planas aseguró que la reforma es "la más importante" que se aprobará esta legislatura para el sector, si bien se necesitará un tiempo para ver sus efectos porque se trata de "un cambio de cultura muy profundo".

Entre los objetivos, mencionó los de lograr más transparencia en la formación de precios, mayor equilibrio entre eslabones y mejores instrumentos de negociación para los agricultores y ganaderos.

"Eso no va a garantizar que todos los problemas del sector queden resueltos, pero es un instrumento prioritario para tener relaciones comerciales a la altura del siglo XXI", declaró el ministro de Agricultura.

En una primera reforma de la ley en 2020 se introdujo la obligación de incluir en los contratos, obligatorios para las transacciones de más de mil euros, la indicación de que el precio pactado entre los operadores cubre los costes de producción.

La norma que votó el 2 de diciembre el Congreso tras un año de tramitación transpone la directiva europea relativa a las prácticas comerciales desleales en las relaciones que existen entre empresas del sector agroalimentario.

Quedan finalmente contempladas situaciones específicas como la del plátano de Canarias o la posibilidad de que las cooperativas sustituyan el contrato por la fijación de plazos y términos de pago a los socios productores y de que en la primera venta en las lonjas de pescado la factura juegue el papel del contrato.

► **SECTOR HORTOFRUTÍCOLA** Para Fepex la modificación de la Ley 12/2013 de medidas para



La reforma mejorará el funcionamiento de la cadena alimentaria. / ARCHIVO

Esta reforma traerá consigo más transparencia en la formación de precios, mayor equilibrio entre eslabones y mejores instrumentos de negociación

mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, impactará negativamente sobre la posición del sector hortofrutícola español en los mercados exteriores e incentivará las importaciones, colocando a los productores españoles en desventaja competitiva frente al los comunitarios y extracomunitarios, que no tienen que respetar el coste efectivo de producción.

Para la federación, desde el punto de vista de la exportación de frutas y hortalizas, que representa el 65% de la facturación del sector español, la Ley obligará a los operadores que trabajen con España a someterse a obligaciones documentales que no son exigidas en el resto de los Estados miembros de la Unión Europea, como lo obligación de contractualización, generando un incremento de

la gestión burocrática de las transacciones comerciales y desincentivando las compras en España.

Las importaciones, además, no tienen que respetar el coste efectivo de producción porque no existen precios mínimos a la importación ni están sometidas a las mismas obligaciones documentales ni controles administrativos, por lo que, para Fepex, la Ley de la cadena incentiva la importación.

El texto de la ley provoca numerosas dudas de interpretación sin dar seguridad jurídica por lo que va a provocar la judicialización de las relaciones comerciales. Supondrá, además, que una parte de la producción no tenga salida en el mercado, con un impacto muy negativo sobre los productores.

Por otro lado, tal y como expuso el director, José María Pozancos, en la Asamblea de Fepex, la Ley de la cadena no puede dar respuesta a dos problemas básicos: la globalización del mercado, consecuencia de las negociaciones comerciales multilaterales y de los acuerdos bilaterales de la UE con terceros países, y la ausencia de medidas sectoriales eficaces de gestión del mercado, que contribuyan al sostenimiento de los precios.

► ARAGÓN

La Feria de Sarrión y el Mercado de Graus marcan el inicio de la campaña de la trufa negra

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Feria de Sarrión (Teruel) y el Mercado de Graus (Huesca) han marcado el inicio de la campaña de la trufa negra en Aragón, que se prolongará hasta el próximo mes de marzo. Además, los días 18 y 19 de este mes se celebrará en la capital aragonesa la I Muestra de la Trufa Negra de la Provincia de Zaragoza.

La localidad turolense de Sarrión celebró el primer fin de semana de diciembre la XX edición de la Feria Internacional de la Trufa (Fitruf), que contó con 44 expositores.

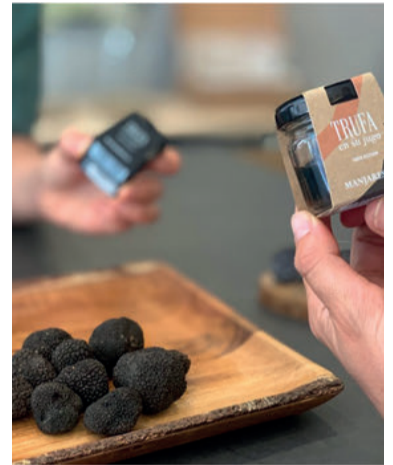
Fitruf fue inaugurada por la consejera de Presidencia del Gobierno aragonés, Mayte Pérez, y el vicepresidente y consejero de Industria y Desarrollo Empresarial, Arturo Aliaga. Este último señaló que "esta feria cumple veinte ediciones demostrando que el de la trufa es un sector pujante en la investigación y en la apuesta por nuevos productos, generando iniciativas que potencian la creación de empleo. La evolución de la trufa ha sido rápida y continuada y se ha sustentado en tres ejes fundamentales: el compromiso del Gobierno de Aragón con este producto, que es exclusivo y claramente identificado con Teruel, el compromiso con los regadíos largamente reivindicados y la labor de especialización de los trufficultores".

La provincia de Teruel tiene actualmente 9.292 hectáreas plantadas con trufa, de ellas 8.480 son de secano. Se trata de una superficie que abarca un total de 159 municipios, un 67% de los que hay en la provincia, y que principalmente se concentra en la comarca de Gúdar-Javalambre, con Sarrión como principal referente.

La campaña de la recolección de la trufa negra ha arrancado con la perspectivas de tener una buena producción tanto en calidad como en cantidad y superar la del año pasado. En la Comarca de Gúdar-Javalambre se espera alcanzar más de 100 toneladas y el precio puede rondar los 900 euros el kilogramo.

► **CENTRO DE INTERPRETACIÓN**

El gran protagonista de la feria fue el Tuber Universum, el Centro de Interpretación de la Trufa de Sarrión, cuyo edificio ya está terminado y solo falta su musealización para la inauguración en 2022. Pretende ser un lugar de referencia de divulgación y promoción del oro negro en



Feria de la trufa de Sarrión (Teruel). / JO

la provincia de Teruel, un lugar en el que el visitante sienta y conozca el proceso de desarrollo de una trufa desde el interior de la tierra.

El proyecto tiene financiación del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, que ha destinado 610.000 € para la construcción y equipación del centro, y ha sido promovido a través de la Diputación de Teruel, que ha contado con la empresa pública Tragsa para llevarlo a cabo, y la colaboración del Ayuntamiento de Sarrión y asociaciones del sector.

El centro de interpretación es el primer paso de un proyecto más ambicioso que contempla una inversión superior a los cuatro millones de euros y contará con una zona de restauración y tiendas, espacios para plantaciones y un espacio destinado a la investigación. Así, el objetivo es crear en un futuro un complejo sobre investigación en trufficultura donde los expertos del sector cuenten con un lugar de trabajo acorde a sus necesidades.

► **MERCADO Y FERIA DE GRAUS**

El Mercado de la Trufa en Fresco de Graus (Huesca) arrancó el pasado sábado una nueva temporada que se prolongará hasta el 12 de marzo con periodicidad semanal. La primera trufa salió a la venta con un precio de entre 800 y 900 euros el kilogramo, con una elevada demanda, y buena calidad, pese a que irá ganando en maduración y aroma en las próximas semanas.

Asimismo, Graus celebró el pasado fin de semana la II Feria de la Trufa que contó con 21 expositores. La trufficultura en Huesca es una actividad importante que sostiene la economía y asienta población.



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

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

www.ilerfred.com



Mucho más que instalaciones de frío.

Estamos en Lleida, Barcelona, Zaragoza, Madrid y Málaga



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





En la imagen Mariano Zapata y Juan Marín. / ÓSCAR ORZANCO

Mariano Zapata asume la presidencia de Proexport

Mariano Zapata sustituye a Juan Marín, que deja el cargo tras más de 12 años

■ ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Mariano Zapata asumió el pasado 3 de diciembre la presidencia de la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia, Proexport, sustituyendo a Juan Marín, que ha dejado el cargo tras más de 12 años.

El nuevo presidente estará acompañado por Juan López y Antonio Serrano, que ocuparán los cargos de vicepresidente y secretario general de la organización, respectivamente.

En su intervención, tras ser elegido presidente de la asociación durante la asamblea extraordinaria que se celebró en Murcia, Mariano Zapata se mostró colaborativo con las administraciones y recordó que "Proexport y sus empresas están siempre de parte de la Región de Murcia, de sus ciudadanos, sus agricultores y, por supuesto del cumplimiento de la ley". No obstante, pidió a los gobernantes que "sean claros a la hora de tomar decisiones. Que hagan políticas y normas claras, que se puedan cumplir por los agricultores y que no generen constante incertidumbre".

Aludiendo al lema del evento, 'Acelerando el Futuro', animó a los asociados de Proexport a ser "empresarios del agro sin complejos" y a afrontar de forma acelerada "los retos que nos plantean los clientes, la sociedad y el planeta, siendo proactivos y sin eludir ninguna responsabilidad".

Mariano Zapata señaló que como presidente de Proexport "la responsabilidad es muy grande y con varios retos por delante porque la agricultura atraviesa una situación complicada.



La asamblea de Proexport contó con la presencia del presidente de Murcia, Fernando López Miras. / ÓSCAR ORZANCO

Doce años intensos y positivos

Para Juan Marín sus doce años al frente de Proexport han sido intensos y con un balance muy positivo. "Ha sido una gran experiencia personal y profesional. Dirigir a más de 100 empresarios ha supuesto un gran reto. Este sector está siempre reinventándose crisis tras crisis. Cuando comencé esta andadura estábamos inmersos en las crisis de la E. coli, con personas que fallecieron en Alemania, y enseguida le echaron la culpa a los productores españoles. He afrontado problemas como la guerra del agua, conflictos territoriales, el Brexit, una pandemia, pero me quedo con la parte positiva: a día de hoy el sector está muy vivo. Pienso que tiene más futuro que presente porque tenemos una nueva generación de agricultores y técnicos aprendiendo de los errores". Juan Marín, que fue homenajeado en su despedida, afirmó sentirse liberado "porque dejamos a la entidad muy profesionalizada, renovada, en manos de un buen presidente, y seguiré estando en una organización que para mí es una de las más importantes a nivel nacional". ■

Uno de los objetivos es lograr la unión del sector, que es imprescindible, y abordar el aumento de costes. Entre la producción y la comercialización los gastos se han incrementado un 20% y tendremos que intentar repercutirlos en la cadena alimentaria. Otro reto es que nos llegue agua suficiente para poder producir productos de buena calidad".

El acto contó con la presencia del presidente de la comunidad autónoma, Fernando López Miras, quien deseó a Mariano Zapata "todos los éxitos porque su acierto será también el de un sector fundamental para la Región de Murcia". Asimismo, resaltó que "es importante destacar el papel protagonista de Proexport en el desarrollo que

Mariano Zapata pidió a los gobernantes que "que hagan políticas y normas claras, que se puedan cumplir por los agricultores y que no generen incertidumbre"

En su discurso animó a ser "empresarios del agro sin complejos" y a afrontar los retos de la sociedad y el planeta de forma proactiva y responsable

ha logrado nuestra agricultura, y la enorme contribución de este sector al progreso de toda la Región".

Mariano Zapata, gerente de Mercagrís SL, que sustituye en el cargo a Juan Marín, ha contado con el apoyo unánime de la asamblea de socios de Proexport para convertirse en presidente durante los próximos tres años. Para lo que contará con Juan López, gerente de Pozo Sur SL como vicepresidente, mientras que el cargo de secretario general lo mantiene Antonio Serrano, director financiero de Murciana de Vegetales.

Zapata pretende "promover la activa participación de los asociados, así como una Proexport siempre cercana a sus empresas, atenta a sus necesidades, positiva y reivindicativa cuando toque y donde toque, pero sobre todo unida y cohesionada para afrontar los importantes retos globales que compartimos en materia comercial, social, medioambiental y de innovación".

Precisamente, José María Albarracín, presidente de CROEM, señaló que la asociación hortofrutícola "está más que consolidada como organización de referencia en un sector que es la gran despensa de Europa". Y Albarracín hizo referencia a que "la unidad es clave para defender los intereses empresariales y Proexport lo hace con su sector". Además, aseguró que "cuenta con el apoyo de CROEM".

Albarracín también defendió que desde las organizaciones empresariales "se rechaza frontalmente el cuestionamiento del trasvase Tajo-Segura, infraestructura básica para la Región y el sureste español en su conjunto", y recordó que "todos debemos actuar para que la recuperación del Mar Menor sea una realidad".

Por su parte, Jorge Brotons, presidente de Fepex, intervino durante el acto para agradecer a Proexport su implicación con el sector a nivel nacional y europeo, y expuso la situación actual de temas de gran calado para el sector hortofrutícola como la reforma de la Política Agraria Común, cuya tramitación en Bruselas ha concluido. "El pleno del Parlamento Europeo ha aprobado los tres reglamentos de base de la PAC que se aplicarán de 2023 a 2027, pero en el ámbito nacional seguimos pendientes de si finalmente las frutas y hortalizas se integrarán en el régimen de pagos directos y cómo se hará", señaló Jorge Brotons.

Agrocultivos

La superficie plantada de frutos rojos se mantiene

Las hectáreas dedicadas a la fresa aumentan un 1% y un 6,7% en arándano, mientras descienden más de un 8% en frambuesa y un 4% en mora

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La fase de plantación arroja una superficie total plantada del conjunto de frutos rojos en la provincia de Huelva de 11.740 hectáreas para la campaña 2021/2022, lo que supone una cifra muy similar a las 11.630 hectáreas de berries plantadas en la anualidad pasada, con un pequeño aumento del 0,95%.

La Asociación de Productores y Exportadores de la Fresa de Huelva, Freshuelva, ha informado que, según los datos aportados por las empresas asociadas, la superficie plantada de fresa asciende a 6.167 hectáreas, una cifra mínimamente superior, cercana al 1%, respecto a las 6.105 hectáreas plantadas en la campaña pasada.

El arándano es el berry que presenta un incremento mayor de su superficie, concretamente del 6,70% con un total de 3.532 hectáreas, por las 3.310 plantadas en la temporada anterior. Esta situación se debe, sobre todo, al arbusto que entra en producción comercial después de cumplirse tres años de su plantación y a que muchos productores han apostado por este cultivo para complementar el de la fresa.



El arándano se consolida como el segundo berry más cultivado en la provincia onubense por detrás de la fresa. / ARCHIVO

La organización agraria también ha constatado una mayor diversificación varietal en arándano, que se consolida como el segundo berry en la provincia por detrás de la fresa, con especial incremento en las variedades tempranas que permiten acceder al mercado

Desde Freshuelva avanzan que la fase de plantación arroja una superficie total plantada del conjunto de frutos rojos en la provincia de Huelva de 11.740 hectáreas para la campaña 2021/2022

desde primeros de año o en las próximas fiestas navideñas inclusive, aunque sea con pequeños tonelajes todavía.

El dato más negativo lo presenta la frambuesa, cuya superficie plantada decrece en un 8,10%, pasando de las 2.070 hectáreas en la campaña pasada a las 1.902 que habrá en la presente. Una superficie que no estará en producción al mismo tiempo, ya que la diversidad varietal permite recolectar frambuesas en otoño y en primavera.

Los datos de la frambuesa ponen de manifiesto que es el fruto rojo al que más está afectando la competencia de producciones extracomunitarias durante estos dos últimos meses.

La superficie de las moras, por su parte, también sufre un descenso del 4%, pasando de las 145 hectáreas a las 139 de la presente campaña.

Freshuelva ha destacado que estos datos evidencian que se consolida la apuesta por la diversificación de cultivos iniciada en campañas precedentes, garantizándose así la presencia de los berries de Huelva en los mercados durante nueve meses al año prácticamente.

El sector de los frutos rojos afronta una nueva campaña que ha estado marcada por unas lluvias posteriores a la plantación que han venido bien en su mayor parte, aunque habían originado pérdidas anteriormente en la costa occidental. Las altas temperaturas posteriores han hecho que se terminase de replantar casi a mediados de noviembre. Esto, unido al frío de principios de diciembre, está provocando un retraso en la recolección de las primeras fresas, que van madurando poco a poco.

El proyecto Tropicsafe avanza en la prevención del HLB en los cítricos

El parasitoide *Tamarixia dryi* ha logrado diezmar el vector de transmisión de la enfermedad en Galicia

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los productores de cítricos de los países mediterráneos disponen al fin de un arma para evitar el impacto de la enfermedad del HLB (huanglongbing), de cuya devastación solo se libran hasta ahora Europa y Australia. El proyecto europeo Tropicsafe ha demostrado la eficacia de un parasitoide para reducir la dispersión y abundancia de uno de los insectos vectores de la enfermedad. Cabe recordar que, si bien el vector se localizó por primera en el continente europeo en Pontevedra en el año 2014, la enfermedad no se ha detectado todavía. El estudio llevado a cabo en Galicia, prueba que es posible poner cerco a la mayor amenaza para la citricultura, pues la HLB carece de cura.

La propuesta de Tropicsafe es simple: emplear un parasitoide que acabe con el vector de transmisión del HLB en Eu-

ropa, el psílido africano *Trioza erytreae*. Este insecto apareció en el noroeste español y de ahí se extendió por el Cantábrico y hacia Portugal, aunque no ha llegado a las zonas productoras de cítricos. Los trabajos de campo, en los que el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA) desempeñó un papel crucial, permitieron en 2018 identificar un parasitoide eficaz en Sudáfrica, la avispa *Tamarixia dryi*. Más adelante, se comprobó su idoneidad en colaboración con el Instituto Canario de Investigaciones Agrarias, y ya en 2019 el IVIA trasladó el estudio a Galicia para la cría y liberación de este organismo de control biológico. Esta fase incluyó la producción en el vivero de Maceda y el seguimiento de Tragsa y Tragsatec por encomienda del Servicio de Sanidade Vexetal. Los últimos datos constatan que el planteamiento era correcto.

Y es que la pequeña avispa sudáfrica no solo se ha adaptado al clima de la península ibérica, sino que ha logrado diezmar al vector de transmisión de manera específica, sin impactos indeseados. Si en el verano de 2020 el parasitoide se había extendido a 2 kilómetros del punto de origen, un año después eran ya 40 km. Dicho avance se produce, como estaba previsto, a costa del vector *T. erytreae*: en los brotes de primavera de 2020, la tasa de parasitación oscilaba entre el 7,6 y el 38,9 por ciento en las tres localidades escogidas, mientras que en verano de 2021 la densidad del psílido había descendido tanto que fue imposible realizar estos cálculos.

Con esta experiencia incontestable, Tropicsafe trabaja ya en otras zonas infestadas de la península ibérica, controlando al insecto vector antes de que pueda dar el salto a las zonas



Control biológico del psílido africano *Trioza erytreae*. / TROPICSAFE

productoras de cítricos, donde el vector carece de barreras naturales. Sin una cura en el horizonte, la enfermedad del HLB es una amenaza latente para el cultivo más productivo del mundo.

■ PROGRAMA EUROPEO

Tropicsafe está financiado a través del programa Horizonte 2020 de la Unión Europea, y cuenta con 22 socios de 12 países, entre los que cabe citar, por parte de España, la Fundación Empresa-Universidad Gallega (FEU-

GA) y el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA), además de la Università di Bologna, que lidera el proyecto. Su misión no se limita a evitar la llegada del HLB a los cítricos, ya que también plantean soluciones sostenibles para el amarilleo letal del cocotero (LY) y los fitoplasmas del amarilleo del viñedo (GY), enfermedades que afectan al comercio e importación de materiales y productos agrícolas de África, América, el Caribe y Europa.

La Xylella, una de las bacterias que más teme la agricultura europea

Los investigadores coinciden en que la enfermedad, transmitida por insectos vectores, tiene difícil cura

► ANGÉLICA QUINTANA. EFEAGRO.

La Xylella fastidiosa es uno de los patógenos que amenazan a la agricultura europea. Italia, Francia, Alemania, Portugal y España la han detectado ya en plantas y árboles y los investigadores coinciden en que la enfermedad, que se transmite por insectos vectores, es difícil que vaya a tener cura.

La Xylella fastidiosa es una bacteria que puede alojarse en casi 600 especies vegetales diferentes y provoca desde el secado de las hojas, la marchitez de la planta o del árbol y, a menudo, su muerte.

En Estados Unidos, su mayor víctima ha sido desde hace más de un siglo los viñedos California, mientras que en Italia, la región sur de Apulia ha contabilizado desde 2013 la muerte de millones de olivos en una extensión cercana a las 300.000 hectáreas, lo que puso en alerta a España, primer productor mundial de aceite de oliva.

Y en 2016 se notificó la primera detección de la Xylella fastidiosa en el país, en concreto en Baleares, un archipiélago que, como la isla francesa de Córcega, está ahora declarado como “zona infectada”, lo que significa que no se puede erradicar la bacteria, solo controlar que no salga de las islas y eliminar las especies que den positivo.

Poco más tarde se detectaron miles de casos en la Comunitat Valenciana —sobre todo de almendro tradicional de secano en Alicante—; uno en la Comunidad de Madrid —un olivo de Villarejo de Salvanés— y otro en Andalucía —en una planta de un invernadero con malla anti-insectos de Almería—, donde oficialmente la enfermedad está erradicada.

■ NUEVA DETECCIÓN

En la cercana Portugal, según ha apuntado una de las mayores expertas en Xylella, la investigadora Blanca Landa, del Instituto de Agricultura Sostenible de Córdoba (IAS-CSIC), en agosto se constató un tercer foco en la zona sur del Algarve portugués, que se sumaría a los ya confirmados cerca de Oporto y Lisboa.

Landa ha explicado que las últimas investigaciones determinan que la Xylella llegó a las Baleares en los años 90, previsiblemente por material vegetal importado desde California, aunque no se detectó hasta hace poco más de una década.

Landa se ha mostrado tajante al asegurar que la agricultura en la zonas afectadas tendrá que “aprender a convivir con la Xylella, porque una cura como el agricultor querría para esta plaga, no va a existir”.

La investigadora ha explicado que las líneas de investigación actuales se enfocan, entre otras, al desarrollo de nuevas variedades de olivo para almazara tolerantes a la Xylella o a la aplicación de nuevos métodos biológicos para sustituir a los insecticidas en el control de las



El almendro ha sido el principal cultivo afectado por la Xylella en la Comunitat Valenciana. / ARCHIVO

poblaciones de vectores, de las que cada vez se sabe más.

“Se trabaja en dar respuesta a una suma de factores que contribuyan a que se puedan seguir cultivando especies agrícolas en Baleares y que la zona de Alicante se reconvierta hacia otras formas de cultivo” que sustituyan a las actuales variedades de almendro tradicional, ha comentado.

■ COMUNITAT VALENCIANA

En la provincia de Alicante y alguna población fronteriza de

La Xylella es una enfermedad muy grave y, de las plagas, la número uno del ranking de peligrosidad por su impacto económico, social y medioambiental

Valencia los agricultores han tenido que ver con resignación los efectos de la aplicación de la normativa comunitaria, que se traducía en el arranque de los almendros que daban positivo en Xylella y las plantas o árboles susceptibles a ser hospedantes en 50 metros a la redonda.

El jefe del Servicio de Sanidad Vegetal de la Comunitat Valenciana, Vicente Dalmau, ha indicado que en la región han registrado más de 4.600 positivos —más del 90% en almendros— en una superficie infectada de unas 2.630 hectáreas que, a su vez, se engloban

en una zona demarcada o de especial vigilancia de 135.000 hectáreas.

Además del almendro, también hay albaricoreros, romero, lavanda, acacia, laurel y así hasta un total de 21 especies vegetales, pero la subespecie y el grupo genético de la Xylella fastidiosa encontrado en Alicante —multiplex ST6—, no ha dado como resultado ningún positivo en cítricos o en olivos en los miles de muestreos realizados.

“La Xylella es una enfermedad muy grave y, de las plagas, la número uno del ranking de peligrosidad por su potencial impacto, tanto económico como social y medioambiental”, ha advertido Dalmau, quien ha opinado que el avance en la zona demarcada en la región “ha sido mínimo estos dos últimos años, comparado con el avance rápido de los dos primeros”.

Dalmau, quien ve “muy difícil la erradicación final de la plaga”, ha explicado que “el Ejecutivo regional prioriza el trabajo más exterior en la zona demarcada para que esta no avance hacia afuera.

Antes no teníamos conocimiento de la situación, pero ahora, tras el dictamen científico de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, siglas en inglés) de 2019, ha quedado claro que si las plantas enfermas en una zona demarcada no se eliminan, va a ser una planta infectiva al alcance de un insecto que puede contaminar a otras”.

En la Comunitat Valenciana más de 100.000 árboles y plantas se han cortado de un total de cerca de 175.000 que hay que eliminar para cumplir con la reglamentación comunitaria y no ser sancionados por la Comisión Europea.

El Coordinador del Centro de Protección Vegetal y Biotecnología del Instituto Valenciano de Investigación Agraria (IVIA) y asesor científico del Panel de Sanidad Vegetal de la EFSA, Antonio Vicent, es contundente al afirmar que “la Xylella ha sido una prueba de fuego para el sistema de sanidad vegetal en la UE”.

Añade que hay que desechar la secuencia temporal que la Xylella ha pasado de Baleares a la Península porque “quizá estaba en la Península antes que en Baleares y simplemente se detectó más tarde”.

“Las medidas pueden parecer duras y drásticas en muchas situaciones, pero son necesarias”, ha añadido antes de reconocer que la UE ha tardado demasiado en pasar de una “normativa reactiva a una reglamentación con un enfoque proactivo” en lo que se refiere a la lucha contra las plagas vegetales.

“¿Puede haber un cataclismo fitopatológico en España o en la UE? No lo sabemos, puede ser, de Xylella o de otro patógeno, lo que está claro es ahora estamos más preparados”, ha sentenciado Antonio Vicent.

Ayudas para replantar parcelas

La Conselleria de Agricultura de la Generalitat Valenciana ha puesto en marcha un plan de ayudas, por un importe de 500.000 euros, para la replantación de parcelas afectadas por la Xylella fastidiosa y cuyos cultivos hayan sido arrancados para evitar la propagación de la bacteria.

El Diario Oficial de la Generalitat Valenciana (DOGV) publica el 3 de diciembre la convocatoria, la primera destinada a la replantación que podrá alcanzar hasta el 80% de la inversión subvencionable solicitada.

“Esta es una convocatoria de reconstrucción, de restauración de la tierra y recuperación económica y de la actividad agraria”, ha afirmado la consellera de Agricultura, Mireia Mollà, que se ha referido a la necesidad de ofrecer una alternativa viable y acompañada para mantener la pervivencia de la actividad y del campo de la Comunitat Valenciana.

Por su parte, el director general de Agricultura, Antonio Quintana, ha señalado que el aspecto esencial de las ayudas “es el de reactivar la economía agraria de aquellas zonas que están sufriendo la incidencia de la Xylella mediante la replantación de las parcelas afectadas con otras especies vegetales que no sean

susceptibles de sufrir el ataque de la bacteria”.

La ayuda cubre la replantación y otros gastos asociados como la preparación del terreno, las instalaciones de riego o soporte o las infraestructuras de protección frente a inclemencias meteorológicas.

Quintana ha destacado que la dotación inicial de medio millón de euros “es un presupuesto que iremos ampliando en función de la demanda para acogerse a estos planes de replantación porque no vamos a dejar a nadie atrás en este tema”.

La ayuda se adapta al criterio de la UE que, tras una modificación normativa, permite replantar árboles especies arbóreas que lleven dos años libres de Xylella, abriendo así la puerta al olivar, un cultivo que en la Comunitat se ha mostrado resistente a la bacteria y que se adaptaría bien a los terrenos más golpeados por la plaga.

Las nuevas ayudas se suman así a la batería de actuaciones que desde 2018 ha destinado 25,1 millones de euros a dar la batalla contra la Xylella fastidiosa. Del cómputo global, 16,1 millones de euros corresponden a la Conselleria (el 64%), seguida del Ministerio de Agricultura y los fondos europeos. ■

► **NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.** Los holandeses compraron un 4% más de verduras frescas y un 3% más de frutas en el primer semestre de este año respecto al mismo periodo del año pasado.

La demanda de verduras y frutas ha ido en aumento desde el estallido de la pandemia provocada por la COVID-19, con un incremento en las ventas del 9% en 2020 respecto a 2019. La creciente popularidad de las compras online está impulsando la tendencia saludable, según apunta el grupo de presión de comerciantes de frutas y verduras GroenteFruit Huis, basándose en los datos de la firma de investigación Gfk.

De la cantidad total de verduras compradas por los consumidores neerlandeses en peso, el 10% eran tomates, que por lo tanto siguen siendo la verdura más popular con diferencia respecto al resto. Le siguieron cebollas, pepinos, zanahorias y pimientos morrones a lo lejos.

El plátano se hizo cargo de la posición número uno de la fruta más popular sobre la manzana. Las ventas de manzanas cayeron un 5% debido a los altos precios resultantes de una mala cosecha.

Cabe resaltar las ventas de peras, que aumentaron una quinta parte en comparación con el año pasado, después de que el consumo de peras se haya visto sometido a presión en los últimos años.

■ PICNIC CRECE

Aunque el supermercado Albert Heijn sigue siendo el líder del mercado en compras online de alimentación, Picnic, ha conseguido posicionarse en el segundo lugar por encima de Jumbo, la segunda cadena de supermercados físicos con mayor cuota de mercado.

El movimiento en este ranking es debido principalmente a que el crecimiento de las compras en línea se ha acelerado drásticamente debido a la crisis de la COVID-19.

Los datos han sido obtenidos a partir de una investigación de la plataforma Supermarkt & Ruimte que ha realizado encuestas a los consumidores cada seis meses desde 2015.

De esta forma, el 41% de los encuestados neerlandeses dice que compra online en Albert Heijn, seguido por el 27% de Picnic, y el 21% de Jumbo.

Si se tiene en cuenta que el nivel de satisfacción del cliente es similar en los tres primeros, Picnic destaca por su formato y facilidad. Además, sobresale su entrega en el tiempo establecido, y la capacidad de seguir a los repartidores a través de una aplicación.

Este movimiento en favor del supermercado online evidencia la importancia que está cobrando el e-commerce en Países Bajos, cuya relevancia se ha visto acelerada por la crisis derivada de la pandemia provocada por la COVID-19.

■ BÉLGICA, NUEVO MODELOS DE COMPRA

En Bélgica, por su parte, si bien sus consumidores todavía prefieren comprar en tiendas físicas, la crisis provocada



Tomates en el grupo de hortalizas y plátanos en frutas han sido los productos más populares entre los neerlandeses. / ARCHIVO

Aumentan las compras de frutas y verduras en Países Bajos en el primer semestre 2021

Bélgica, por su parte, destaca por el incremento de nuevos métodos de compra, como el 'click & collect' y el 'take away'

por la COVID-19 también los ha empujado a aumentar su consumo en línea.

La experiencia ha sido positiva gracias al desarrollo de métodos como el 'click & collect', por lo que se espera que las empresas sigan desarrollando este tipo de técnicas.

Así, Buy Way y Mastercard han realizado una encuesta que refleja cómo la COVID-19 y los nuevos métodos disponibles de compra han impactado en los hábitos de compra de los belgas y en las preferencias de estos a la hora de consumir.

Sin embargo, los consumidores belgas siguen prefiriendo hacer sus compras en una tienda física. Esto se debe, principalmente, a que los compradores piensan que la compra en el propio establecimiento es menos impulsiva, más barata y menos perjudicial para el medioambiente. También se decantan por esta



En el mercado de alimentación online, Picnic, ha conseguido posicionarse en el segundo lugar. / PICNIC

Para según qué productos, los belgas siguen prefiriendo hacer sus compras en una tienda física

opción cuando quieren ver físicamente el producto antes de comprarlo, cuando lo quieren inmediatamente o cuando necesitan asesoramiento. Aun así, también asumen que este método implica desventajas tales como la obligación de desplazarse hasta la tienda física.

A pesar de la preferencia de la tienda física sobre la virtual, la crisis generada por la COVID-19 ha hecho que, actualmente haya un 20% más de usuarios que compran online. Uno de los motivos es porque los consumidores están adoptando un modo híbrido de realizar sus compras: con la crisis sanitaria, muchos de ellos se vieron forzados a salir de su zona de confort y comprar online. No obstante, los belgas se percataron de que, en algunos casos, la experiencia de compra por internet era más positiva que en una tienda física. Por su parte, una de

las mayores desventajas que citan los consumidores a la hora de decantarse por esta modalidad son los gastos de envío o los posibles problemas derivados del mismo, tales como la pérdida del paquete o similares.

A la hora de comprar por internet, los belgas tienen una clara preferencia por los productos locales. El 75% de ellos le da más importancia a este factor que al precio del producto, lo que hace que esté dispuesto a pagar más por un producto si este es nacional. Sin embargo, destaca el hecho de que las compras de este tipo de productos se efectúan por medio de plataformas internacionales. Esto se debe a que los servicios ofrecidos están más desarrollados y ofrecen una sensación de mayor seguridad y confianza en los consumidores, otro de los factores que tiene un gran influjo sobre el consumidor belga.

Por su parte, los comercios siguen implementando medidas que favorezcan la compra online. Por ejemplo, el click & collect (compra online y recogida en tienda) y el reparto a domicilio, junto con el conocido como take away (más dirigido hacia el sector de la restauración) han sido claves en esta crisis. El 83% de los belgas han usado alguna de estas modalidades al menos una vez, aunque los jóvenes siguen siendo quienes más las utilizan: el 53% de los belgas que ha usado el click & collect ha incluido esta modalidad de compra en sus hábitos de consumo y un 22% lo usan al menos una vez al mes. En cuanto al reparto a domicilio, un 51% de los belgas utilizan este método y el 26% lo usan al menos una vez al mes.

Las empresas han acelerado el desarrollo estos servicios durante la crisis sanitaria. En este sentido, compañías como Uber Eats o Deliveroo han sido claves en este proceso. El 90% de los usuarios que han utilizado sus servicios están satisfechos y un 80% piensan seguir usándolos. Este hecho hace que el 70% de las empresas deseen seguir desarrollando estos métodos para mejorar todavía más la experiencia de sus clientes.

Enjoy
with us



Moving
goods

MOVIMIENTO
RESPONSABLE
DE MERCANCÍAS



Grupaje diario
internacional

ITALIA
FRANCIA
BÉLGICA
HOLANDA

www.molbo.es
+34 96 164 31 40

Mercados del Este

Información elaborada por Nerea Rodríguez



Bielorrusia prohíbe la importación de alimentos de la UE y EEUU

Este nuevo veto es la represalia del gobierno de Aleksandr Lukashenko contra las sanciones occidentales

El régimen del líder bielorruso Aleksandr Lukashenko ha anunciado que prohibirá una amplia gama de importaciones de alimentos de los Estados miembros de la Unión Europea, Estados Unidos y otros países a partir del año que viene, como represalia por las sanciones impuestas a Minsk (capital bielorrusa).

La prohibición afectará a las importaciones procedentes de la UE, Estados Unidos, Canadá, Gran Bretaña, Noruega, Albania, Islandia, Macedonia del Norte y Montenegro, según informó el Gobierno de Lukashenko el pasado 7 de diciembre.

La medida, que estará en vigor durante seis meses a partir del 1 de enero, abarcará alimentos como la carne, los embutidos, los productos lácteos, las verduras, la fruta y la sal. Quedan exentos alimentos para bebés y artículos dietéticos.

El gobierno así mismo ha señalado que podrían prohibirse más productos en caso de nuevas sanciones occidentales.

La UE, EEUU y otros países occidentales han impuesto varias rondas de sanciones a Minsk por la represión de Lukashenko de las protestas prodemocráticas contra su disputada reelección en agosto de 2020.



El veto bielorruso entrará en vigor el próximo 1 de enero de 2022. / ARCHIVO

Recientemente se han ampliado las medidas punitivas a funcionarios y empresas por la supuesta incitación a una crisis migratoria en la frontera oriental de la UE.

■ RESPUESTA DE FRESHFEL

Freshfel Europe, en nombre del sector europeo de productos frescos, ha expresado su profunda preocupación por las implicaciones de largo alcance de esta nueva restricción. Esta prohibición pone en riesgo alrededor del 10%

de las exportaciones actuales de la UE, que además se encuentran bajo presión debido a múltiples factores como las trabas sanitarias y fitosanitarias y el creciente proteccionismo, pero también a las nuevas limitaciones de la COVID-19, que conllevan un aumento de los controles de acceso al mercado y otras dificultades logísticas internacionales.

Philippe Binard, director general de Freshfel Europe, señala que una vez más, “las frutas y hortalizas europeas son los

‘rehenes’ de las disputas geopolíticas internacionales. En 2014, el embargo ruso golpeó profundamente al sector hortofrutícola, poniendo en jaque un negocio bien establecido de más de 2 millones de toneladas de exportación al mercado ruso. El sector europeo de frutas y hortalizas ya está soportando aproximadamente un tercio de la carga de 7.500 millones de euros de este embargo ruso. Después, el embargo argelino afectó a cerca de 300.000 toneladas de exportación. Y más recientemente, Estados Unidos también incluyó las frutas y hortalizas en las medidas de represalia, afectando en particular a la categoría de los cítricos”. Es por eso que “Freshfel Europe no puede sino lamentar que las frutas y hortalizas se tomen con demasiada frecuencia como moneda de cambio en otros litigios”.

El embargo de Bielorrusia afectará a entre 400.000 y 500.000 toneladas de productos frescos exportados por la UE, y a una amplia gama de frutas y hortalizas frescas, entre las que se encuentran principalmente manzanas, peras, fresas y tomates. El nuevo embargo afectará a toda la cadena europea de suministro de frutas y hortalizas y a un valor comercial directo de unos 300

millones de euros. En este punto, Philippe Binard explica que “varios proveedores europeos están en primera línea de las nuevas restricciones. Polonia es, con diferencia, el principal proveedor de Bielorrusia, con más de 250.000 toneladas exportadas en 2020 y 350.000 toneladas en 2019. Otros proveedores como Lituania, Países Bajos, España, Grecia e Italia, también se verán afectados por este nuevo veto”.

Con este nuevo episodio de restricciones de mercado decidido por Bielorrusia, Freshfel Europe hace un nuevo llamamiento a las autoridades de la UE para que protejan y apoyen al sector hortofrutícola europeo de las consecuencias de los daños colaterales causados por este y otros conflictos. Las frutas y hortalizas desempeñan un papel importante para la producción, el suministro y el consumo sostenibles de alimentos. Contribuyen activamente a los beneficios de una dieta saludable para los consumidores en Europa y en todo el mundo. Su papel fue ampliamente reconocido a lo largo de 2021 durante la celebración del Año Internacional de las Frutas y Hortalizas. “Estos logros no deben ponerse en peligro por el embargo político”.

Oportunidades para la exportación de frutas a Eslovenia

La superficie de agricultura orgánica eslovena pasa de 44.455 ha en 2019 a 45.787 en 2020, lo que supone un incremento del 3%

En el marco de la celebración del Año Internacional de las Frutas y Verduras, el servicio de estadística de la República de Eslovenia ha publicado un informe sobre el consumo nacional de frutas y verduras.

Según el estudio realizado, se observa una tendencia al alza en el consumo de verduras, que ascendió en 2019 a 246.000 toneladas —118 kilos per cápita—, lo que supone un aumento del 50% con respecto a los datos del año 2000. El grado de autosuficiencia registrado en 2019 fue del 43%. Por otro lado, el consumo de fruta, que se consume en su mayoría fresca, ascendió a 267.000 toneladas, lo que supone un consumo per cápita de 128 kg.

El estudio remarca que el grado de autosuficiencia del mercado esloveno registra una importante tendencia a la baja, de manera que aumenta la necesidad de abastecimiento del exterior.

Esto ofrece importantes oportunidades para las empresas españolas que busquen oportunidades comerciales en Eslovenia en el segmento de las frutas.

Adicionalmente, el informe publica cuales fueron las verduras y frutas que más se produjeron en Eslovenia en 2019, donde la col blanca, que representa un 16% de la producción total se sitúa a la cabeza, seguida de la lechuga, las cebollas, el tomate y el calabacín.

Por lo que respecta a las frutas, la manzana aglutinó un 54% de la producción en 2019, con bastante distancia sobre melocotones, nectarinas y albaricoques con un 8% y peras y cerezas con un 5% respectivamente.

Finalmente, es reseñable el consumo per cápita de patatas, que se situó en 21 kilos, así como de manzanas y de lechuga, con 12 kg y 7 kg respectivamente.

■ AGRICULTURA ECOLÓGICA

La superficie dedicada a la agricultura orgánica en Eslovenia ha pasado de 44.455 hectáreas en 2019 a 45.787 en 2020, lo que supone un incremento del 3%. Sin embargo, las explotaciones agrícolas se han reducido un 4%



El nivel de autosuficiencia del mercado esloveno es cada vez menor. / ARCHIVO

El rendimiento de los cereales de cultivo ecológico se ha mantenido estable, ya que se ha pasado de producir 5.628 toneladas en 2019 a 5.622 en 2020. Aunque sí que ha variado la cantidad de producción de los cereales que lo conforman dado que se ha producido menos puré de trigo y escanda de cultivo ecológico (un 3%) y avena (un 24%). Como contraposición, ha aumentado la cantidad de cebada (10%), maíz (11%) y patata (un 18%).

En cuanto a la producción de fruta ecológica, se ha registrado un gran aumento en 2020, tres veces superior a la de 2019

alcanzando las 7.431 toneladas, así como un aumento de la producción de aceituna de olivos ecológicos en un 56% hasta las 659 toneladas. En el otro lado de la balanza, la producción ecológica de hortalizas y el rendimiento total de tierra cultivable disminuyeron un 5% mientras que la producción en los viñedos lo hizo en un 13%.

Respecto a la ganadería ecológica, se registró un descenso en prácticamente todas las categorías, sin embargo, se produjo un aumento en el número de colonias de abejas melíferas de un 1%.

Rusia aumenta sus exportaciones de productos agroalimentarios

Con el veto a Europa vigente desde agosto 2014, Rusia continúa con su política de aumentar sus cifras en producción y exportación con buenos resultados

Cumpliendo con los objetivos de la política agroalimentaria, marcada por el Gobierno Federal, las exportaciones de productos agroalimentarios de Rusia, del 1 de enero al 22 de agosto de 2021, han aumentado un 18% en términos anuales, alcanzando un valor de más de 17.051 millones de euros, según los datos del Centro Federal "Agroexport" dependiente del Ministerio de Agricultura de la Federación de Rusia.

Las exportaciones de productos del sector de aceites y grasas han mostrado el crecimiento más fuerte, un 43%, situándose en 3.851 millones de euros.

Por su parte, las exportaciones de cereales, durante el periodo mencionado, han aumentado un 15% hasta alcanzar los 4.960 millones de euros; los productos cárnicos y lácteos un 26%, hasta los 778 millones; pescado y mariscos un 7%, más de 2.885 millones; y productos de la industria alimenticia y transformadora un 6%, hasta los 2.270 millones de euros.

En la estructura de las exportaciones agroalimentarias, la participación de Turquía alcanzó el 12,4%, los países de la UE el 11,8%, China, el 11,6%, Corea del



Rusia mejora sus datos de exportación agroalimentaria en 2021. / ARCHIVO

Sur el 7,5%, Kazajistán el 6,1%, Egipto el 4,6%, Bielorrusia el 4,2%, Ucrania el 2,7%, Uzbekistán el 2,3% y Arabia Saudita el 1,9%.

A finales de agosto, los envíos de productos agroalimentarios rusos a Turquía aumentaron un 29% en términos anuales (situándose en 2.115 millones de euros), a la Unión Europea un 31% (2.018 millones de €), a Corea del Sur un 54% (1.281 millones de €), y a Kazajistán un 17% (1.039 millo-

nes de €). Las exportaciones de dichos productos a China disminuyeron un 6% (situándose en 1.983 millones de euros).

Turquía y Egipto siguen siendo los mayores compradores de cereales rusos (los envíos a estos países, desde el comienzo del año, ascendieron a un valor de 1.096 millones y 672 millones de euros, respectivamente).

A su vez, los mayores importadores de productos de aceites y grasas son Turquía (con 745 mi-

llones) y China (con 619 millones de euros).

Según previsiones del Ministerio de Agricultura ruso, en 2021 las exportaciones alcanzarán unos 26.613 millones de euros. El umbral objetivo para 2030 se ha fijado en 41.700 millones.

FRUTAS Y BERRIES

Rusia alcanzará el 60% de autoabastecimiento de frutas y berries en 2027. Así lo estima el Ministerio de Agricultura de Rusia confirmando que para el año 2027 habrá logrado la autosuficiencia del 60% en frutas y berries —fresas, cerezas, arándanos, frambuesas, grosellas y el resto de frutas del bosque—.

En la actualidad, la producción doméstica representa el 41% en esta categoría. El objetivo para 2025 es duplicar la producción de fruta, por lo que ya se está diseñando una estrategia estatal adaptada a estas previsiones.

En cuanto a las manzanas, una de las frutas más populares, su producción en Rusia está aumentando significativamente, contradiciendo así las previsiones anunciadas por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos de una reducción de

240.000 toneladas debido a las heladas primaverales y el granizo.

En lo referente a la recogida de bayas, arándanos, frambuesas y demás frutos del bosque para el autoconsumo, cabe señalar que es una actividad ancestral que hunde sus raíces en la historia de Rusia, que, con su superficie boscosa, probablemente sea el mayor productor de frutas del bosque del mundo.

Según la empresa de consultoría Tekhnologi Rosta, la cosecha de frutas del bosque en 2021 ha sido mayor que en 2020 por la ausencia de heladas en las regiones meridionales y del centro del país. El año pasado, el producto bruto de berries fue de 22.000 toneladas, mientras que en 2021 se ha alcanzado una cosecha de 24.000 toneladas.

Cada año, debido a las inversiones en el sector la producción de berries es menos dependiente de las condiciones climatológicas, razón por la que la consultora pronostica que en 2022 la cosecha no será inferior a las 25.000-26.000 toneladas.

Rusia es también uno de los mayores importadores de berries, pues su oferta es estacional pero su demanda, no. En la actualidad Rusia importa berries para hacer frente a la elevada demanda durante todo el año desde países como Marruecos, Turquía o Bielorrusia.

Como ha sucedido en otras ocasiones, las compras al extranjero se irán reduciendo paulatinamente a medida que vaya aumentando la producción doméstica, estimulada por los instrumentos financieros de apoyo a los inversores en este sector.

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-españa

PORTICO

El consumidor polaco, cada vez más interesado en productos de agricultura sostenible

XIII Cumbre Hispano-polaca: ambos países firmaron un total de 5 MOUs (memorándum de entendimiento) sobre cuestiones económicas, comerciales y de seguridad

El mercado polaco de agricultura ecológica podría apropiarse de una parte del sector mucho mayor de lo que los productos agrícolas orgánicos han logrado hasta ahora. De esta forma, tres de cada cuatro ciudadanos de Polonia estarían interesados en los productos de agricultura sostenible.

Según la Asociación Polaca de Agricultura (ASAP) y Accenture, el 76% de los polacos cree que los productores de alimentos deberían utilizar materias primas de la agricultura sostenible.

El informe, titulado Alimentos sostenibles en Polonia: el nacimiento del mercado masivo como una oportunidad para la industria alimentaria, también predice que el mercado de dichos productos tiene el potencial de alcanzar más de 14.000 millones de euros a medio plazo.

En el estudio se indican, además, las condiciones que llevarían al aumento de la participación de la producción agrícola de manera sostenible.

En Polonia, los consumidores perciben los productos de agricultura sostenible un 20% más baratos que los de agricultura ecológica y un 40% más caros que los de agricultura convencional. El 73% de los encuestados estaría dispuesto a pagar hasta un 20% más por los productos de agricultura sostenible. Todo ello forma parte de la preferencia de los polacos por este tipo de productos, que llevaría al desarrollo del mercado de la agricultura sostenible no solo porque se respondería a



Momento de la firma de los 5 MOUs entre Pedro Sánchez y Mateusz Jakub Morawiecki. / AYUNTAMIENTO DE ALCALÁ DE HENARES

la demanda de los consumidores, sino también por las soluciones legales, los instrumentos financieros o los objetivos del Pacto Verde Europeo, que promueven la producción alimentaria sostenible.

En este sentido, los precios más altos que los de la alimentación tradicional no serían un impedimento para los consumidores polacos a la hora de adquirir este tipo de productos.

■ UN MERCADO SÓLIDO

Se entiende como producto de agricultura sostenible aquel que se produce respetando el medio ambiente y las finanzas de los agricultores. Según el estudio de ASAP y Accenture, en Polonia el mercado sostenible tiene un gran potencial de crecimiento, dado que solo el



Polonia apuesta por la agricultura sostenible. / VF

3,5% de la superficie agrícola de Polonia se dedica a la producción ecológica. La media de la Unión Europea alcanza el 8,5%.

A corto plazo, las importaciones de productos sostenibles de países con una cultura más avanzada en este tipo de alimentación, como puede ser España, será una de las claves futuras para el crecimiento de este mercado. La participación de los alimentos orgánicos en todo el mercado de alimentos en Polonia es solo del 0,3%, mientras que la media de la UE es del 4%.

Polonia está siguiendo la tendencia mundial de adopción de modos de vida y alimentación más saludables y respetuosos con el medio ambiente. Un ejemplo de ello es

la duplicación de las ventas de productos sustitutivos de la carne.

En este contexto de cambio es donde las empresas españolas, punteras en este tipo de alimentación, pueden encontrar un nicho de mercado para cubrir la demanda de productos importados de otros países que cuenten con tecnología y know-how más avanzados para de este tipo de productos. Ello será clave para el desarrollo del mercado polaco.

■ CUMBRE HISPANO-POLACA

El 31 de mayo de 2021 tuvo lugar la XIII Cumbre Hispano-polaca en Alcalá de Henares, en la que ambos países firmaron un total de 5 MOUs (memorándum de entendimiento) sobre cuestiones económicas, comerciales y de seguridad.

España y Polonia, cuarta y quinta economías europeas respectivamente, comparten similitudes como las dimensiones territoriales, las cifras de población, la posición geográfica en la frontera exterior de la Unión Europea y el rápido desarrollo tras sus adhesiones al bloque europeo.

El primer ministro polaco Mateusz Jakub Morawiecki explicó que “los gobiernos de ambos países tienen muchos desafíos, pero contrariamente a las apariencias, aunque estamos casi en los dos extremos de la UE, hoy encontramos tantos temas en común y denominadores comunes que no solo fue positivo y constructivo, sino también increíble”.

Así mismo, España y Polonia mostraron interés en aumentar la cooperación en el desarrollo de infraestructuras de transporte. Por ello se firmó un memorando para el desarrollo del proyecto Nudo de Transporte Solidaridad, por el que las partes se comprometen a explorar formas de cooperación en áreas como la construcción y la supervisión de infraestructuras ferroviarias y la gestión del tráfico ferroviario.

Según el primer ministro polaco, el futuro de Europa es muy importante tanto para Polonia como para España. Morawiecki expresó la esperanza de que la Unión Europea esté entrando con ímpetu en la época de una rápida recuperación económica después de la pandemia. “Me alegra que nuestro entendimiento, el mío y del presidente español Pedro Sánchez, sobre muchos temas se haya convertido en algo más: un acuerdo entre los gobiernos español y polaco para fortalecer la dimensión europea”, evaluaba Morawiecki en su cuenta de Twitter.

España y Polonia son importantes socios comerciales, ya que España ocupa el quinto lugar entre los mayores inversores extranjeros en Polonia. Además, Polonia es uno de los receptores más importantes de inversiones españolas entre los Estados miembros de la UE. Las áreas de cooperación más prometedoras incluyen el sector de infraestructuras, el de las ciudades inteligentes, las tecnologías de vehículos no tripulados y el sector agroalimentario.

JOVIMER S.L.

Avda. Valencia, 37
46770 XERACO (Valencia)
Tel. +34 96 289 03 05
Fax: +34 96 289 06 70
E-mail: jovimer@jovimer.com
www.jovimer.com



Jovimer S.L.

Import - Export

JOVIMER CZ

Tel. +420541214389
Fax: +420541214537

JOVIMER SLOVENIJA

Tel. +38653334929
Fax: +38653334928

Las cadenas apuestan por el formato del hipermercado en la República Checa

El auge de los productos ecológicos puede suponer un impulso para las cadenas

El número de hipermercados en la República Checa ha aumentado ligeramente en los últimos tres años.

Según los datos publicados por la empresa NielsenIQ, el número de hipermercados checos subió hasta los 326 en enero de 2021, desde los 319 registrados en enero de 2018. El primer hipermercado en la República Checa fue abierto por la cadena Globus, en Brno, el 4 de noviembre de 1996.

El formato de los hipermercados se ha considerado en declive en los últimos años. Durante la década de los noventa y primera década del siglo XXI, los hipermercados experimentaron un gran crecimiento y popularidad.

No obstante, el líder del equipo de alquileres minoristas en CBRE Group, Jan Janáček, concluye que cada vez son más los mayoristas que se suman al cambio de tendencia en el consumo y optan por seguir la estrategia de reducir el tamaño de las áreas de venta y mejorar la calidad del servicio. Esto incluye la integración de los canales online en la estrategia de venta de las cadenas, así como proporcionar más espacio para restaurantes e instalaciones de ocio.

Las cadenas de hipermercados se han tenido que enfrentar a cambios en los modelos de consumo de sus clientes. El aumento de la popularidad de las compras por internet, así como la aparición de especialistas en los sectores de la moda, electrodomésticos, perfumería y deportes han supuesto una reducción en el interés de los consumidores hacia las grandes superficies.

El grupo británico Tesco, por ejemplo, ha seguido esta tendencia. La cadena, que tiene 84 hipermercados en el país, ha reducido el tamaño de sus hipermercados más grandes durante los últimos años. Sin embargo, según el portavoz de la empresa, Václav Koukolíček, la función que tienen los mercados mayoristas es insustituible en la actualidad, por lo que está prevista la apertura de más centros con este formato en la República Checa.

Al igual que Tesco, tanto las cadenas Albert como Globus, también están planeando dos nuevas aperturas para 2023.

Las cadenas que operan hipermercados en el mercado checo apuestan por la apertura de nuevos centros en el país, aunque reconocen el cambio en los modelos de consumo de sus clientes.

La creación de nuevos centros no estará reñida con la adaptación a las tendencias



Al igual que Tesco, tanto las cadenas Albert como Globus, también están planeando dos nuevas aperturas para 2023. / ARCHIVO

El grupo checo Rohlik prepara su expansión en Europa

El minorista checo de alimentación 'online' Rohlik Group, que opera la tienda de alimentación en línea Rohlik.cz, ha anunciado que operará bajo el nombre comercial de Sezamo en distintos países de Europa a partir de 2022.

Rohlik Group ofrecerá entregas en línea bajo el nombre comercial Sezamo en Italia y Rumanía a partir del primer semestre de 2022 y también en España a partir del segundo semestre del mismo año.

El Grupo Rohlik, fundado en 2014 en la República Checa, es uno de los principales servicios de entrega de comestibles en línea de Europa. Su portal está activo en la República Checa (Rohlik.cz), Hungría (Kifli.hu), Austria (Gurkerl.at) y Alemania (Knuspr.de). Se trata de una aplicación web en la que se puede realizar la compra de manera online y se entrega en el horario y lugar previamente acordado.

Rohlik ofrece alimentos más frescos de agricultores y artesanos locales, así como una amplia selección de supermercados. La empresa se financió con 290 millones de euros este año y es rentable y dinámica, además de estar creciendo rápidamente. La facturación de Rohlik superó los 300 millones de euros en 2020. Actualmente, cuenta con más de 750 000 clientes en cuatro mercados internacionales. ■

del mercado y preferencias de los consumidores. Los nuevos centros serán, previsiblemente, más pequeños y con una mayor oferta de ocio, con el objetivo de atraer a nuevos clientes y a las nuevas generaciones de consumidores.

Los hipermercados ocupan desde los 2.500 hasta los 20.000 metros cuadrados. Según las estadísticas del grupo CBRE, en la República Checa los hipermercados se encuentran ubicados mayoritariamente en la periferia.

EL FUTURO DE LOS HIPERS

Según señala la Oficina Económica y Comercial de España en Praga, las cadenas de hipermercados checos tendrán que analizar cuidadosamente su estrategia durante los próximos años y optar por una mayor diferenciación para frenar la pérdida de cuota de mercado.

Las cadenas que apuesten por la diferenciación por precio deberán reforzar la imagen de oferta de productos con buena relación calidad precio.

En un contexto de crisis económica por la pandemia de coronavirus, el desarrollo de las marcas blancas de estas cadenas puede impulsar el interés de los consumidores checos, muy sensibles en este aspecto.

Por otra parte, el incremento de los servicios asociados a los hipermercados y la mejora de la experiencia de compra de los consumidores también pueden actuar como palanca para atraer a un nuevo perfil de cliente.

El auge de los productos ecológicos en los hipermercados puede suponer también un impulso para las cadenas que decidan apostar por incorporar espacios reservados en sus instalaciones para este tipo de productos.

Fresh.

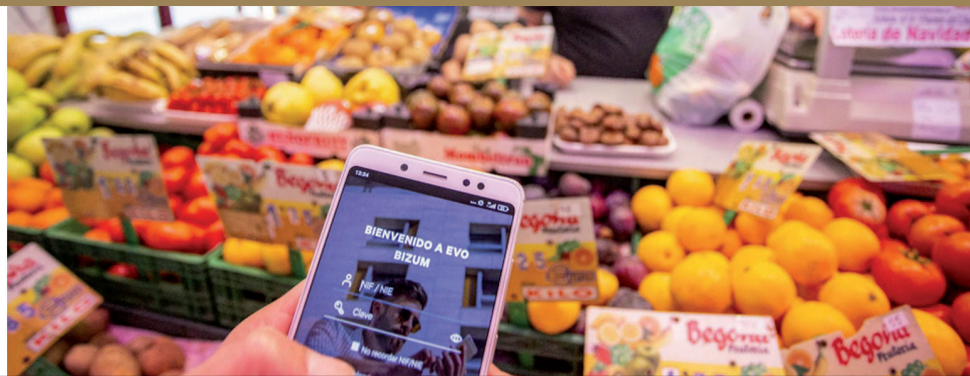
Your Partner in East Europe

BLUE NET
FRESH FRUITS & VEGETABLES

SPAIN • MADRID • BLUENET, S.L. Velázquez, 22 • 28290 LAS MATAS • Tel. 34-91-630 64 64 / 630 42 26 • Fax: 34-91-630 42 30
VILLARREAL • CASTELLON • Tel.: 34-964-53 88 91/85 11 • Fax: 34-964-53 80 67
POLAND • KRAKOW • C/ Bandkiego, 17 • Tel./Fax: 48-12-37 59 17 /48 - 903 35 460
E-mail: bluenet@terra.com

Tiendas Especializadas

Información elaborada por Elisa Benavent



Las tiendas especializadas se abren a la era digital

Cada vez más españoles se decantan por la compra online, una tendencia que empezó a crecer en 2020 debido a las restricciones por la situación sanitaria

Que una frutería permita el pago con Bizum ya no es ninguna novedad. En la frutería Ramos, en el corazón del barrio de Moctezuma de Cáceres, algunas mujeres comentaban lo cómodo y fácil que les resulta comprar últimamente gracias a los avances tecnológicos. Esta frutería, una de esas que se consideran 'de toda la vida', lejos de quedarse estancada en el pasado se ha sumado a las nuevas modas y permite ya pagar a través del teléfono móvil, sin efectivo y sin datáfono.

Tampoco sorprende que el gigante de las compras por Internet, Amazon, se haya estrenado en España en la industria alimentaria, concretamente en la venta online de productos frescos. Amazon Fresh ofrece miles de productos frescos para entregarlos el mismo día a golpe de ratón, desde la comodidad del sofá y sin tener que cargar con bolsas y bolsas.

Estos ejemplos ilustran el nuevo paradigma en el que se ven envueltos vendedores, supermercados, distribuidoras y consumidores del sector hortofrutícola en los últimos tiempos: lo primero, que las tiendas físicas buscan sin cesar la manera de adaptarse a las tendencias; lo segundo, que si hace dos años aún había quienes no se fiaban de la venta online, ahora ya no nos podemos plantear una vida sin ella.

Según un estudio publicado a mediados de noviembre de Paclink, empresa española de logística, ocho de cada diez españoles habían comprado en internet en el último mes. Por otra parte, el estudio 'Tendencias de consumo eCommerce 2021: Hábitos de consumo online de los europeos' confirmaba este dato, pues en él se concluía que la compra en internet se ha vuelto casi cotidiana entre consumidores y que esto parece no tener frenos de cara al futuro.

Tanto el boom de la digitalización como la pandemia y sus restricciones ayudaron significativamente a que se dispararan las cifras en compras vía internet durante los dos últimos años, no solo en productos como ropa o electrónica, sino también en frutas y hortalizas frescas. Comparado con 2019, el volumen de ventas por el canal online experimentó en 2020 un aumento del 109,4% en frutas y del 121,7% en hortalizas, según los datos publicados en el Informe del consumo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Sin embargo, la realidad es que la cuota de mercado del e-commerce de estos alimentos sigue siendo ínfima en com-



Las tiendas físicas buscan sin cesar la manera de adaptarse a las nuevas tendencias de compra. / ARCHIVO

El volumen de ventas online experimentó en 2020 un aumento del 109,4% en frutas y del 121,7% en hortalizas

Aquellas tiendas que brinden la venta online y la compra física tendrán más probabilidades de éxito

paración con la de los demás canales: el 33,5% los españoles prefirieron comprar fruta en supermercados y autoservicios, el 31,9% en tiendas tradicionales y solo el 1,1% en internet. En el caso de las hortalizas, esta cifra sube al 1,3%.

Aunque las cifras parezcan poco significativas, detrás se esconde un nuevo paradigma que parece tener un largo camino por recorrer: ya sea por el miedo al contagio o por la comodidad, cada vez son más los españoles que compran online productos frescos y las tiendas especializadas deben adaptarse a ello.

¿Significa esto el fin de las tiendas físicas? No necesariamente, puesto que no desaparecerán, sino que se transformarán. En este contexto adquiere relevancia un concepto nuevo como es la 'omnicanalidad', es decir, la capacidad de las tiendas de



La 'omnicanalidad' se ha convertido en un concepto de relevancia. / ARCHIVO

brindar tanto servicios en línea como en físico. Aquellas tiendas que sean capaces de brindar estos dos servicios tendrán más probabilidades de éxito y de obtener beneficios que aquellas que ven el comercio electrónico como una plataforma separada de las tiendas físicas.

Por otra parte, estas tiendas deberán seguir ofreciendo algo que no se puede replicar online, como es la experiencia tangible de comprar, probar, ver con los propios ojos aquellos productos que se desean añadir al carro. Por ello, la compra física cam-

biará progresivamente de una necesidad a una experiencia de compra que sea capaz de cautivar al cliente, con servicios postventa más desarrollados y una atención al cliente excelente. Para el consumidor, ver y elegir los productos frescos en base a su aspecto y punto de maduración es algo fundamental y los vendedores son conscientes de ello. Aunque aún hay muchos que prefieren ver los productos personalmente antes de comprarlos, también es cierto que las generaciones más jóvenes prefieren la comodidad de casa y

Para las tiendas, el comercio online supone un verdadero reto y la logística representa la principal barrera

ahorrarse un viaje al supermercado si pueden comprar desde su móvil.

REINVENTARSE Y ADAPTARSE

Para las tiendas, el comercio online supone un verdadero reto y la logística representa la principal barrera: el transporte de frutas y hortalizas requiere de una conservación en frío y un transporte rápido. Esto encarece el producto y supone también otro tipo de problemas como la manipulación y preparación de este tipo de envíos por parte de las cooperativas. A eso se le suman las limitaciones de uso del plástico para envasar o embalar los productos o el encarecimiento de los costes en el transporte. Por ello, de momento, los beneficios son apenas visibles en el comercio online de frutas y hortalizas, pero si las cifras siguen creciendo pronto podría cambiar esta situación.

Según el director general de Cooperativas Agro-alimentarias de España, Agustín Herrero, "la constante evolución del comercio electrónico en alimentación ha ido en pareja con un perfeccionamiento cada vez mayor del trabajo que se hace en las plataformas logísticas y/o tiendas desde las que se elaboran los pedidos online, que cada vez están más preparadas para ofrecer este servicio de frutas y hortalizas a domicilio". Muchas empresas se preocupan por la colocación de los alimentos para que lleguen en perfectas condiciones y por respetar la cadena de frío mediante furgonetas refrigeradas. Por otra parte, también existe una solución que pasa por servir productos premium de forma online para "generar confianza en el consumidor, hacer que repita la compra y que perciba que el canal ofrece ventajas diferenciales".

Asimismo, Ignacio García Magarzo, director general de Asedas, afirma que el reto es alcanzar la triple sostenibilidad: "la sostenibilidad económica para sacar beneficios; la sostenibilidad social por la necesidad de que el comercio electrónico llegue a todos los ciudadanos, vivan donde vivan; y la sostenibilidad medioambiental para trabajar por una movilidad limpia y respetuosa con el entorno, por eliminar el sobreenvasado y por recoger y tratar adecuadamente los envases".

El servicio a domicilio es, pues, una apuesta segura para muchas tiendas, que han encontrado soluciones a la barrera de la logística y han sabido reinventarse y adaptarse a las adversidades. Así, negocios muy especializados pueden llegar a nuevos públicos vendiendo online directamente desde pequeñas granjas y huertos, así como

aquellas líneas de alimentación como la ecológica que ve en Internet una manera de llegar a más hogares.

Ejemplo de ello es la productora de cítricos valenciana Naranjas Lola, considerada una veterana de la venta online. Ofrece todo tipo de cítricos, pero también tomates, además de que cultiva de forma tradicional pero responsable con el medioambiente, consiguiendo que se mantenga su sabor y que los pedidos lleguen en 24 horas.

Otra de las formas de sacar rentabilidad al comercio online es ofrecer facilidades al cliente mediante, por ejemplo, la app de mensajería WhatsApp, que permite un contacto directo, personalizado y más cercano con el cliente. Aumentar el alcance a través de las redes sociales como Instagram o Facebook es también importante, pues pueden servir no solo como contacto más directo con un público más amplio sino también como promoción de las fruterías.

En las tiendas físicas, lejos de descuidarlas, los expertos proponen mejorar la experiencia del cliente mediante una buena iluminación, un diseño del mostrador llamativo y también con degustaciones de frutas y verduras que ayudan al cliente a saborear y decantarse por un producto u otro.

“Todo es rentable, solo hay que adaptarse a ello. Es un futuro muy prometedor para diferentes sectores. Lo único que hay que hacer es profundizar y especializarse más”, afirma Alberto Palmí, director gerente de Fedemco.

■ LO QUE NADIE QUIERE

Son infinitas las posibilidades que ofrece internet para expandir un negocio. Eso, unido a una idea original, puede ser resultado de éxito.

Oriol Aladomà y Marc Ibós son dos jóvenes compañeros de Bellpuig (Lleida) que un día se preguntaron por qué nadie quería las frutas y verduras feas del supermercado. Esa simple pregunta se convirtió más tarde en el punto de partida de la empresa Talkualfoods, una tienda electrónica que este 2021 facturará cerca del millón de euros y que vende frutas y hortalizas de temporada que no cumplen con los requisitos estéticos de las grandes superficies.

Preocupados por el desperdicio de grandes cantidades de fruta y verdura por razones estéticas y no por la calidad del producto, Oriol y Marc se unieron al ‘Ugly Food Movement’, que defiende el valor del producto frente a la estética.

Este movimiento se enmarca en el contexto político idóneo, pues en octubre el Consejo de Ministros aprobó el anteproyecto de ley para combatir el desperdicio alimentario que obligará a las tiendas a fomentar la venta de productos “feos, imperfectos o poco estéticos” que estén en condiciones óptimas de consumo, así como a incentivar la venta de alimentos de proximidad, ecológicos y a granel, tal y como lo explicaba el ministro de Agricul-

tura, Pesca y Alimentación, Luis Planas.

La empresa se fundó en febrero de 2020 y año y medio después cuenta con un millar de clientes semanales, a los que mandan las cajas de fruta y verdura después de pedirlos por su página web. Además, pagan un precio justo a más de 70 productores locales que tienen dificultades para vender sus productos. De este modo, consiguen no solo que estos tengan ingresos adicionales, sino que de esta manera no se desperdician alrededor de 500 toneladas de fruta y verdura,



La compra en internet se ha vuelto casi cotidiana entre los consumidores. / ARCHIVO

tal y como afirman sus fundadores. Lo que queda claro es que las oportunidades que ofrece internet son infinitas y que todavía queda mucho por explorar dentro del comercio online de frutas y verduras. Nuevas vías de negocio y nuevos mercados se abren en España, potenciado por la pandemia y las restricciones sanitarias, pero también por una tendencia que se da en todos los ámbitos: ya no nos podemos imaginar una vida sin las tecnologías, también en nuestras compras de productos frescos.



HIJA DE LOS ALPES



Cultivada en un clima alpino-mediterráneo



Controlada con la máxima diligencia



Disponibile en todas las estaciones del año



De granjas familiares



Diversidad irresistible para todos los gustos



Calidad especial gracias a las diferentes estaciones

marlene.it | marlene | marlenespain

La tecnología de Citrosol aporta valor a tres eventos internacionales de aguacate, mango y cítricos

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Citrosol ha presentado en Colombia, en 'Territorio Aguacate Medellín 2021', su gama de soluciones ecológicas para duplicar la vida comercial del aguacate, a través del Sistema Citrocide® Palta y Plantseal® Tropicals. Este evento se ha sumado a otras dos actividades internacionales más desarrolladas por Citrosol en las últimas semanas, como el XX Congreso Internacional de Mango Peruano y el Global Citrus Congress, donde la empresa valenciana ha sido auspiciador platino.

Al primero de estos eventos —de carácter presencial y celebrado a principios de este mes en Medellín (Colombia)— Citrosol ha asistido como patrocinador y en compañía de su distribuidor en este país, West Química. Jennifer Oliver, coordinadora internacional de Citrosol, y Juanjo Ferrandis, manager del equipo Easy Kit® y técnico internacional, impartieron sendas charlas sobre las innovaciones postcosecha para palta como son el Sistema Citrocide® Palta y Plantseal® Tropicals.

CITROCIDÉ® PALTA

El Sistema Citrocide® para aguacate es un lavado higiénico con garantía de seguridad alimentaria que elimina todas las bacterias coliformes y mohos de la superficie del fruto. Ahora Citrosol va más allá presentando en Colombia su gran eficacia en la mitigación, incluso en el control del moho peduncular: "El tratamiento con Citrocide® PC no deja ningún tipo de residuo en la fruta. Además, está certificado como insumo para agricultura ecológica", señalaba Juanjo Ferrandis.

En la actualidad se aplican tratamientos con el fungicida Procloraz con eficacias elevadas, pero esta aplicación impide la ex-



Citrosol participa en 'Territorio Aguacate Medellín 2021' en compañía de su distribuidor en el país, West Química. / CITROSOL

portación a algunos países donde no está permitido residuos de esta materia activa, como EEUU. Además, se espera próximamente la prohibición del Procloraz en la Unión Europea. "Ante esta situación Citrosol lleva unos años investigando la utilización de nuestro Sistema Citrocide® Palta para el control del moho peduncular. En 2018 iniciamos los ensayos y en el momento actual podemos afirmar que con la implementación del Sistema Citrocide® Palta logramos el control del moho peduncular", defendía Jennifer Oliver.

A modo de resultados, test semi-industriales realizados en Perú y Chile arrojan que mientras que Procloraz controla con un 79% de eficacia la aparición de moho peduncular, el Sistema Citrocide® Palta incrementa la eficacia hasta el 84%.

PLANTSEAL® TROPICALS PARA AGUACATE

En la vitrina latinoamericana del aguacate celebrada en la co-

lombiana Medellín también se presentaba como gran novedad Plantseal® Tropicals que mejora hasta un 40% la pérdida de peso en función del tiempo de viaje y temperatura de conservación, y reduce la necrosis interna ocasionada por daño por frío en un 84%. Este nuevo recubrimiento vegetal orgánico (solicitud en trámite) para aguacate aumenta la vida útil del fruto durante transporte y almacenamiento prolongados hasta 48 días después de su recolección, con un excelente control de la pérdida de peso.

"Plantseal® Tropicals no interfiere en el cambio de color natural del fruto durante la maduración con etileno, mantiene la firmeza de la pulpa en niveles adecuados", precisaba Juanjo Ferrandis tras presentar los resultados de un envío comercial marítimo desde Perú a Holanda donde se comparaban palés de aguacate con y sin recubrimiento.

La estrategia recomendada por Citrosol para doblar la vida

útil del aguacate combina este recubrimiento junto al sistema de lavado Citrocide® Palta.

MANGO

Otro importante evento al que ha asistido recientemente Citrosol ha sido el XX Congreso Internacional de Mango de Perú, en este caso en formato digital. Junto al patrocinio dorado del mismo y el expositor virtual donde se podía acceder al catálogo y guía de soluciones para mango, Citrosol también ha participado con la ponencia 'Soluciones Postcosecha para garantizar la seguridad alimentaria y reducir las mermas en destino en mango', a cargo de Jennifer Oliver Chirito.

Al igual que en aguacate, para mango Citrosol ofrece un lavado para mejorar la seguridad alimentaria y un recubrimiento para reducir la pérdida de peso y los daños por frío. El Sistema Citrocide® Mango es una nueva tecnología para el lavado higiénico de este fruto. "Hemos conseguido

convertir el agua de procesado en un Punto de Control Crítico, una barrera que impide contaminaciones cruzadas, minimiza la contaminación superficial del mango y la interiorización de patógenos", describía Oliver Chirito.

Citrocide® Mango evita la formación de residuos derivados de la desinfección (DBPS) como los cloratos y los trihalometanos.

En cuanto a Citrosol AK Tropicales EU ha sido desarrollado específicamente para el incremento de la vida comercial de los frutos tropicales, como el mango. Un recubrimiento que reduce los daños por frío, cuyas lesiones terminan siendo una vía de penetración de hongos patógenos y en consecuencia rebaja a su vez la incidencia del podrido. "Reduce la pérdida de peso y el arrugamiento del mango manteniendo su firmeza, sin alterar la calidad organoléptica del fruto", añadía Oliver.

GLOBAL CITRUS CONGRESS

El tercer gran evento en el que ha participado en las últimas semanas Citrosol ha sido el Global Citrus Congress, donde ha sido patrocinador platino, y que se ha desarrollado de forma virtual con la asistencia de Benito Orihuel en una de las mesas redondas donde ha desarrollado el concepto de 'postcosecha de precisión' impulsado en los últimos años por la compañía valenciana de Potries.

"Nuestras soluciones reducen la huella ambiental, la hídrica y la de carbono junto a la emisión de gases de efecto invernadero, también disminuimos el uso de energía, hemos desarrollado recubrimientos vegetales y una gama completa de productos para agricultura ecológica. Somos verdes, sostenibles e innovadores", resumía Orihuel, experto y asesor en postcosecha de Citrosol, "contribuimos además con nuestras herramientas de postcosecha a reducir el desperdicio alimentario, una problemática cada día más relevante".

El Global Citrus Congress se ha transmitido en vivo desde Londres, Los Ángeles y Melbourne, conectando a productores, exportadores, importadores, minoristas y proveedores de servicios del sector cítrico de todo el mundo.

Starr Ranch Growers implementa la tecnología FreshCloud™ Quality Inspection de AgroFresh

El productor líder de manzanas de Washington ha elegido esta solución digital para controlar la calidad y combatir el desperdicio de alimentos

AGROFRESH.

AgroFresh Solutions Inc., líder mundial en soluciones para ayudar a extender la frescura de diversos cultivos y comprometida en combatir la pérdida y el desperdicio de alimentos, ha anunciado que Starr Ranch Growers, productor, empacador y transportista líder de Washington, ha adoptado la tecnología FreshCloud™ Quality Inspection de AgroFresh para integrar digitalmente sus esfuerzos de inspección de calidad. La solución utiliza datos agregados, aprendizaje automático e inteli-

gencia artificial para abordar de manera sostenible la reducción del desperdicio de alimentos y obtener información sobre la cadena de suministro a través de la plataforma digital FreshCloud, lo que permite tomar decisiones en tiempo real.

Antes de incluir FreshCloud Quality Inspection, Starr Ranch Growers y su almacén Custom Apple Packers, realizaban inspecciones de calidad de manera manual, prácticamente sin integración en plataformas más grandes. FreshCloud Quality Inspection es una aplicación integrada



FreshCloud™ Quality Inspection permite tomar decisiones en tiempo real. / AGROFRESH

que ayuda a clasificar los cultivos utilizando datos en tiempo real, facilita a los clientes la toma de decisiones cruciales sobre la calidad, el momento de la cosecha, el embalaje, el almacenamiento y las condiciones del mercado.

"La batalla para proteger los productos contra la pérdida y el desperdicio de alimentos en toda la cadena de suministro se enfrenta a más desafíos que nunca, y los usuarios han seguido buscando y confiando en nuestras soluciones innovadoras postcosecha y en nuestro modelo de servicio de alto nivel", ha señalado Kim Bui, Director Global de Infraestructura y Análisis de FreshCloud para AgroFresh.

Kim Bui ha indicado que "las soluciones digitales como Fresh-

Cloud Quality Inspection requieren de un profundo conocimiento de la industria, y nuestro equipo de expertos trabaja en estrecha colaboración con nuestros clientes para digitalizar el proceso de inspección de calidad y crear nuevas eficiencias que ayuden a maximizar la calidad de las frutas y verduras del mundo".

Este enfoque de servicio personalizado permite a AgroFresh adaptar sus soluciones y construir relaciones estables y duraderas con los clientes. Starr Ranch y AgroFresh han estado trabajando juntos desde 2002.

"Cada uno de nuestros inspectores de control de calidad ha disfrutado usando FreshCloud Quality Inspection. Es fácil de usar y ha hecho que compartir

datos sea más fácil que nunca", afirma Jake Gale, gerente de planta de Starr Ranch, que también apunta que "el equipo de AgroFresh escuchó nuestras necesidades e ideas e hizo que nuestra transición a FreshCloud fuera muy fácil. Ahora tenemos una plataforma de control de calidad de la que podemos estar orgullosos".

"La visibilidad de los datos de control de calidad se ha vuelto mucho más ágil y transparente, lo que ha ayudado a tomar decisiones más rápidas durante todo el proceso. ¡Es un placer trabajar con el equipo de AgroFresh!", señala Joe Schwilke, gerente de Custom Apple Packers.

FreshCloud Quality Inspection es parte del conjunto de herramientas de monitoreo y análisis digital de AgroFresh, que utilizan el aprendizaje automático para permitir avances en la sostenibilidad de la cadena de suministro y la innovación agrotecnológica. Otras soluciones digitales incluyen la evaluación de la madurez de la fruta FreshCloud HarvestView, la herramienta de gestión de campos que captura las métricas de calidad pre-cosecha.

PENBOTEK 400 SC™ by Janssen PMP



Solución postcosecha a base de PIRIMETANIL para el tratamiento de cítricos.

- 🍊 Acción preventiva y curativa de los principales patógenos postcosecha.
- 🍊 Excelente herramienta para el manejo de resistencias.
- 🍊 Sin ARfD y un elevado LMR (UE = 8 ppm).
- 🍊 Ideal para almacenamientos y/o transporte prolongados, gracias a su demostrada actividad a largo plazo.



FOMESA FRUITECH

Your postharvest partner since 1955



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

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

info@fomesafruitech.net
www.fomesafruitech.net